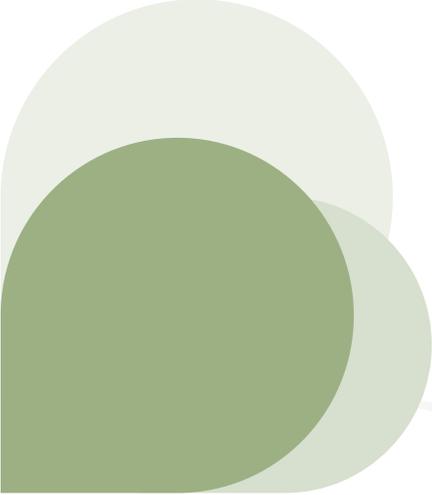




METHODIK STRATEGISCHER FÜHRUNG

Block 4



Gruppe 5

Dominic Kleger, Felix Rohrer, Kilian Koch, Maxim Kindle, Oguz Kutlu, Sédéric Lanz





SWOT-Analyse Vista AG

<div style="text-align: center;">Umweltfaktoren</div> <div style="text-align: center;">Unternehmensfaktoren</div>	Opportunities (Chancen) <ol style="list-style-type: none"> 1. Einfacher Einstieg in Kunststoff-Produkte 2. Grosses Wachstumspotential in DE 3. Lieferant mit Produkte für ein breiteres Produktsegment (z.B. Schutzbrillen) 	Threats (Gefahren) <ol style="list-style-type: none"> 1. Kunststoffprodukte sind Umweltschädlich 2. Neue ausländische Konkurrenz 3. Preisdruck durch «Wegwerfprodukte»
Strengths (Stärken) <ol style="list-style-type: none"> 1. Moderne Produktionsanlagen 2. Hochwertige Produkte, Qualität 3. Schnelle Produktion 4. Spezialisiert auf Glas Produkte 	SO-Strategien <ol style="list-style-type: none"> a) Bestehende Produkte via YES Optik in DE verkaufen (S1/S2/S3/O2) b) Anschaffung hochwertiger Kunststoff-Bearbeitungsmaschinen, Einstieg in Kunststoff-Produktion (S3/O1) c) Produktsortiment verbreitern, zusätzliches Marktsegment erschliessen (S4/O3) 	ST-Strategien <ol style="list-style-type: none"> a) Auslastung der Produktionsanlage optimieren, mehr Produzieren und dadurch Skaleneffekte erreichen (S1/T2/T3) b) Marketing-Kampagne zum Aufzeigen des Mehrwertes der Qualität und Vorteile gegenüber Wegwerfprodukte (S2/S4/T2/T3)
Weaknesses (Schwächen) <ol style="list-style-type: none"> 1. Keine Kunststoff-Produkte (Linsen) 2. Mangelndes Führungsmanagement 3. Ungenügende Werbung, PR 	WO-Strategien <ol style="list-style-type: none"> a) Joint-Venture mit führendem Kunststoff-Produkte Anbieter (W1/O1/O2) b) Management / Führungsausbildung, zusätzlich spezialisiert auf die Situation in Deutschland (W2/O2) c) Externe kreative Vermarktungs-Strategie entwickeln lassen und umsetzen (W3/O2/O3) 	WT-Strategien <ol style="list-style-type: none"> a) Kundenkontakt intensivieren, Zusätzliche Verkäufer einstellen (W3/T2/T3) b) Neue, moderne Glas-Produkte entwickeln (W1/T1) c) Neues umweltverträgliches Kunststoff-Produkt entwickeln und mit grossem Werbe Aufwand vermarkten (lassen) (W2/W3/T2/T3)



Wettbewerbsstrategie

- **Differenzierungsstrategie (Profilierung)**
 - Service massiv steigern (neue Entwicklung und Trends proaktiv kommunizieren und Produkt-Beispiele ausliefern)
 - Regelmässiger Kundenbesuch intensivieren, dabei die eigene hochstehende Qualität stärker betonen und die Vorteile davon aufzeigen.
 - Versand ab Sofort nur mit Express / Kurier, Zeitunkritische Lieferungen weiterhin normal per Post
 - Verkaufsunterstützung für zusätzliche Dienstleistungen des Optikers (z.B. Sehtest für Autoprüfung)



Wachstumsstrategien

- **Markterschliessung (Markterweiterung)**
 - Bestehende Produkte in Deutschland verkaufen
 - Wiederverkäufer in Nord-Europa unter Vertrag nehmen
- **Produktentwicklung / Sortimentsentwicklung**
 - Moderne Sonnenbrillen mit Korrekturen entwickeln
 - Kunststoffgläser, Linsen neu ins Sortiment aufnehmen und vermarkten
- **Diversifikation**
 - Schutzbrillen (Werkstatt) etablieren, zusätzliche Abnehmern Akquirieren
 - Preisgünstige Schutzbrillen (Gesundheitsbereich) etablieren