



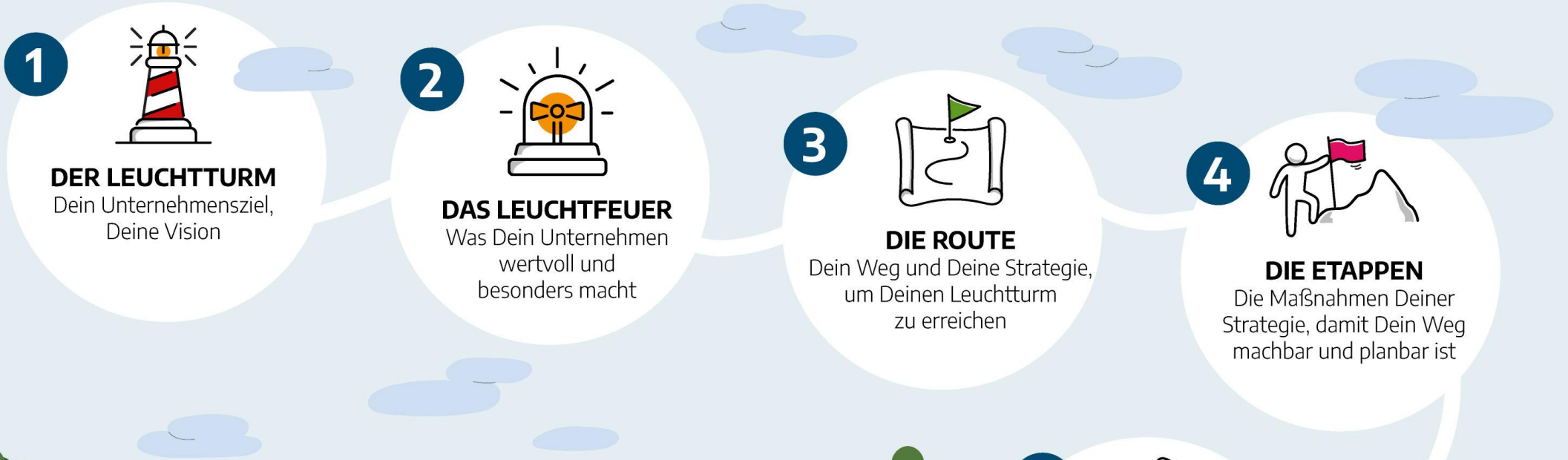
STRATEGIE-SEMINAR

VOM JETZT ZUM TRAUM-BUSINESS:
Mit Strategie und Klarheit schneller vorankommen



2 Wochen für Dein gezieltes Vorankommen

STRATEGIE & UMSETZUNGSPLAN



STRUKTUR & ORGANISATION IM ALLTAG UND BÜRO





VIP- SPRECHSTUNDE

5. März von 15 bis 18 Uhr

VIP-Teilnehmer werden 25 Minuten live beraten

Alle dürfen teilnehmen und zuschauen

✓ Aufzeichnung langfristig verfügbar

Workshop

= Hier wird gearbeitet.

- ✓ Handy in den Flugmodus
- ✓ Alle anderen Fenster am PC schließen
- ✓ Benachrichtigungen (Mail etc.) ausstellen
- ✓ Zeit freihalten, ggf. andere (Familie) informieren



Was Du heute brauchst

Arbeitsblätter

Ruhe und entspannte Atmosphäre

Liebstes Notizbuch



1



DER LEUCHTTURM

Dein Unternehmensziel,
Deine Vision

Was ist eine Strategie?



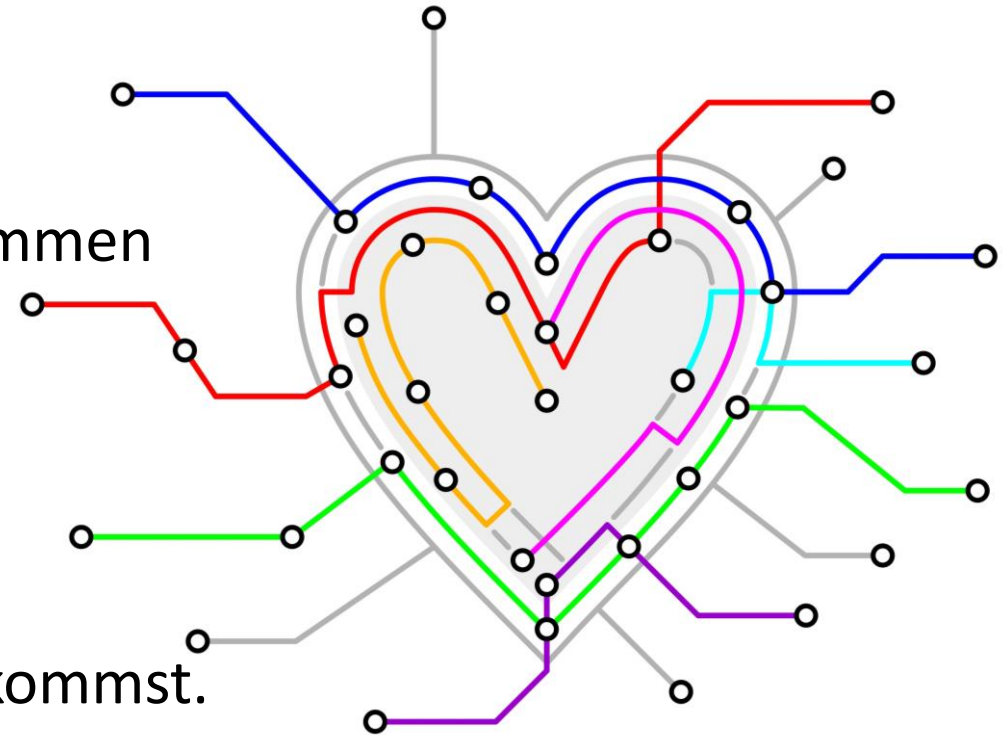
Was ist eine Strategie?

Ein Plan, um Deine langfristigen Unternehmensziele zu erreichen.

Dieser Plan beinhaltet:

- Die Ziele, die Du erreichen möchtest
- Maßnahmen, die nötig sind, um am Ziel anzukommen
- Klarheit über Prioritäten zu den verschiedenen Entwicklungszeitpunkten

Ein Fahrplan für Dein Unternehmen,
der Dir zeigt, wo Du hin willst und wie Du dort ankommst.

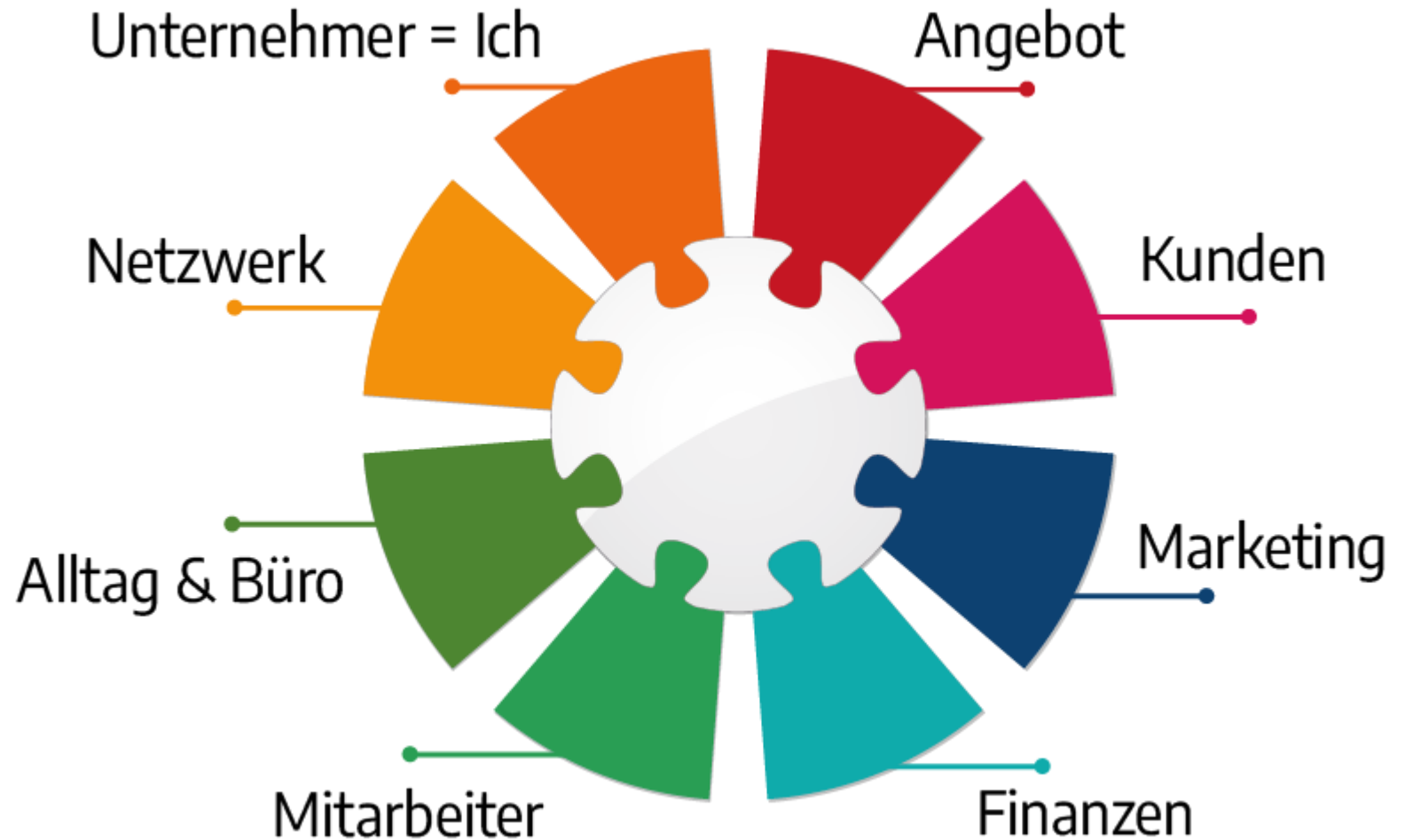


Eine Strategie ist wie ein Navi

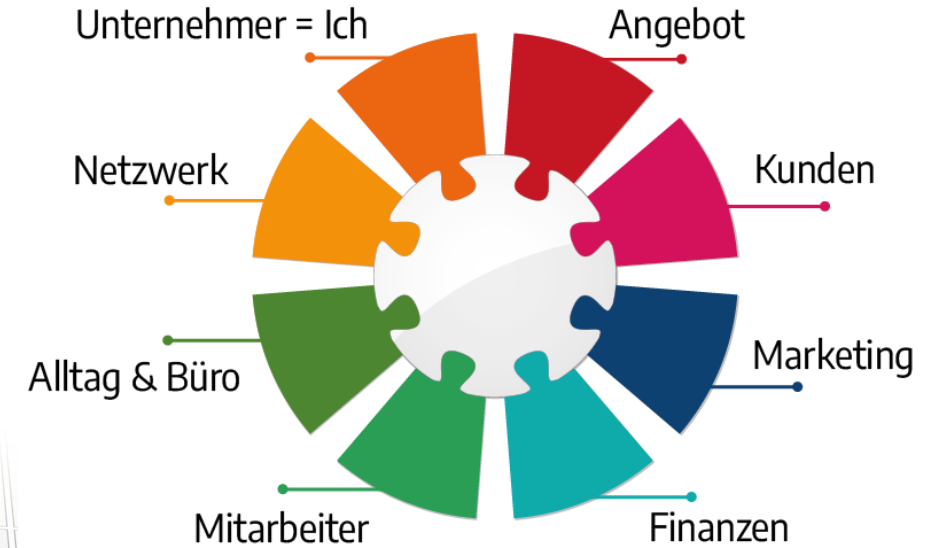
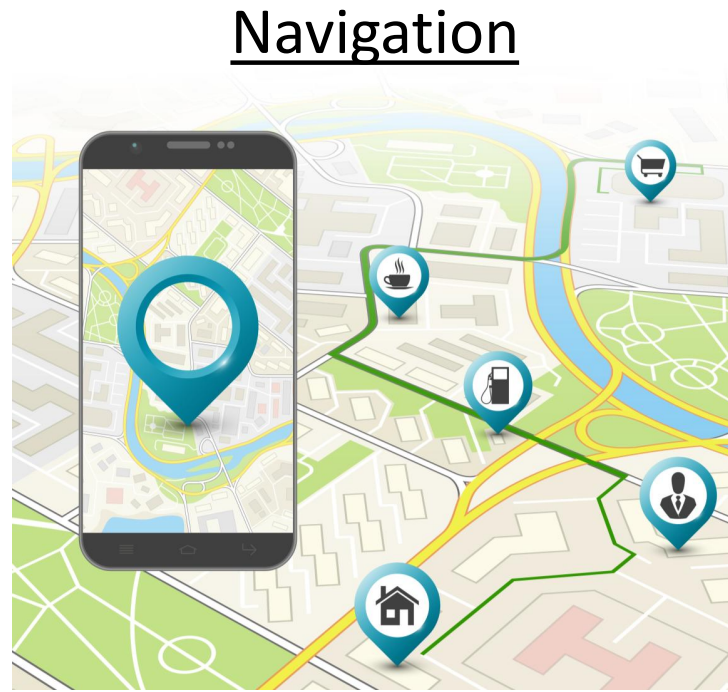
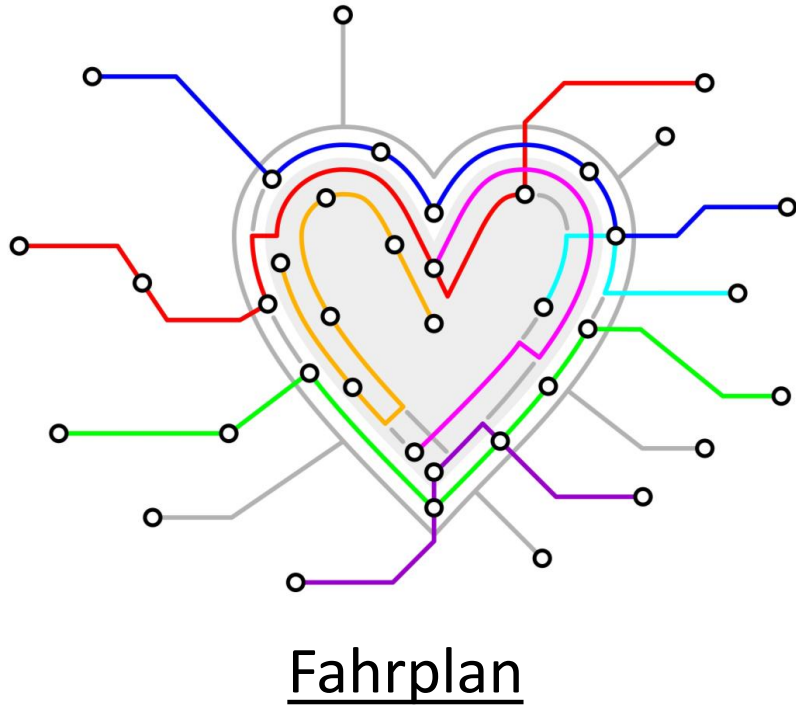
- ...braucht einen Ausgangspunkt, um zu starten.
- ...braucht ein Ziel, um die Route zu berechnen.
- ...kalkuliert beim Fahren den Weg immer wieder neu oder passt ihn an, wenn es neue, bessere Optionen gibt (die man nur sehen kann, wenn man grob die eigene Route und sein Ziel kennt).



Eine Strategie umfasst das gesamte Unternehmen



Unsere Strategie:



Gesamtes Unternehmen

Unser 1. Termin

1



DER LEUCHTTURM
Dein Unternehmensziel,
Deine Vision

Das Ziel, Punkt B:

Wo willst Du hin mit
Deinem Unternehmen?

= Ziel für das Navi





Wir reisen zu Deinem Traum-Unternehmen.
Mach es Dir gemütlich.



Dein Leuchtturm

Wo möchtest Du hin mit
Deinem Unternehmen?

Was ist Deine strahlende
Vision Deiner Selbständigkeit,
die Dich zum Lächeln bringt,
wenn Du an sie denkst?



Schreib mal auf, was Dir
einfällt: Wie ist Deine
Selbständigkeit, wenn sie
aus Deiner Sicht absolut
traumhaft und perfekt ist?



Dein Leuchtturm: Dein Traum-Unternehmen

Beschreibe einen perfekten Tag in Deinem Traum-Unternehmen

- Wann stehst Du (wie) auf?
- Was tust Du am Vormittag, am Mittag, am Nachmittag?
- Wo bist Du den Tag über, wer ist bei Dir?
- Mit wem sprichst Du? Worüber?
- Mit welchen Themen beschäftigst Du Dich?
- Wie fühlst Du Dich?
(Was braucht es, damit Du Dich so fühlst?)



1



DER LEUCHTTURM
Dein Unternehmensziel,
Deine Vision

Dein Leuchtturm: Dein Traum-Unternehmen

Schreibe einen Brief aus der Zukunft an Dein heutiges Ich.
Aus der Zukunft, in der Du mit Deinem Traum-Unternehmen lebst:



„Liebes, freu Dich auf ein wundervolles Leben:
Deine Selbständigkeit macht Dich so glücklich,
das kannst Du Dir gar nicht vorstellen! 🥰 👯 🦸

....

....

....

“

....

1



DER LEUCHTTURM
Dein Unternehmensziel,
Deine Vision

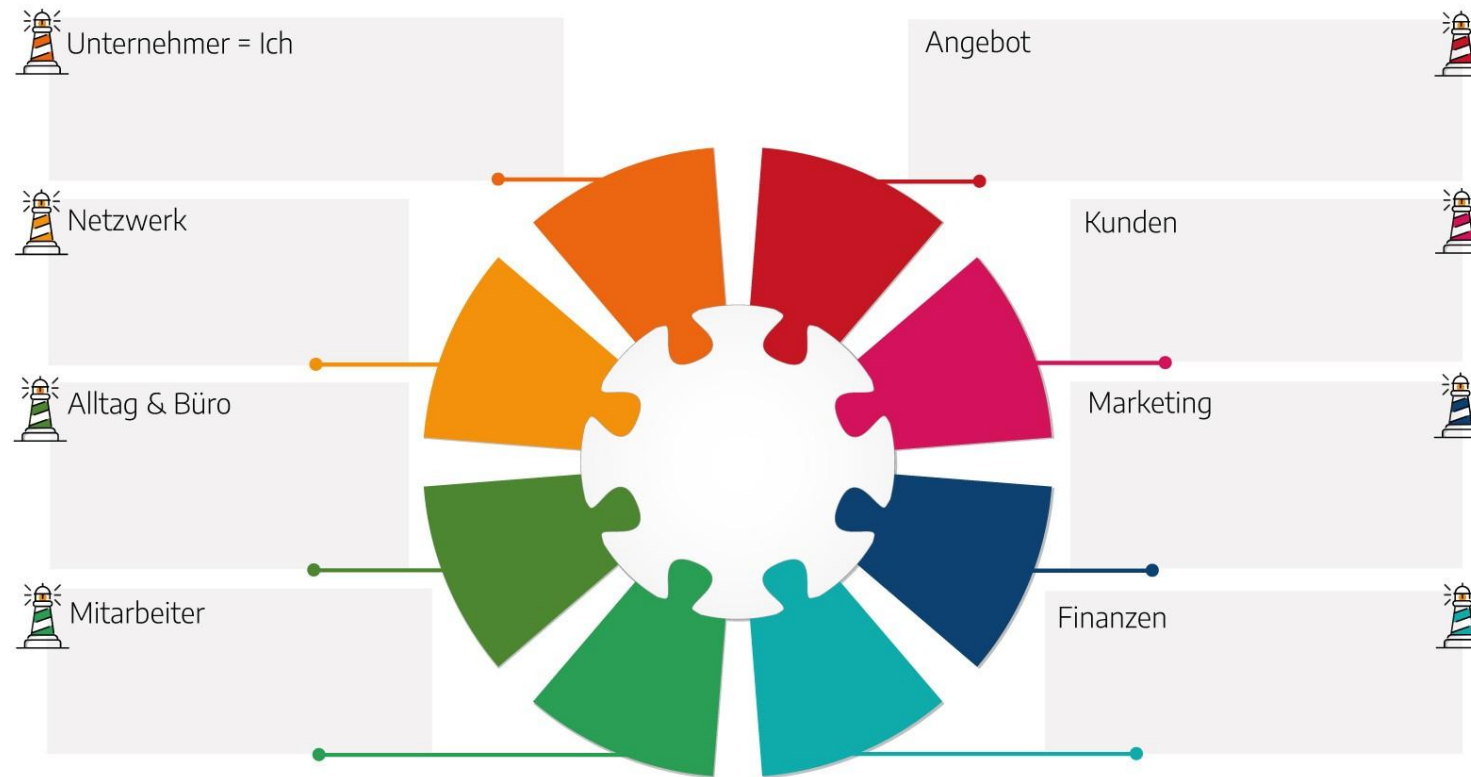
Fühlt sich toll an!

= Du musst lächeln oder
strahlen, wenn Du an
Dein Traum-Unternehmen denkst.



Dein Leuchtturm: Dein Traum-Unternehmen

Notiere Dir zu jedem Bereich,
wann Dein Leuchtturm = Dein Traum-Unternehmen erreicht ist.



1



DER LEUCHTTURM
Dein Unternehmensziel,
Deine Vision

Dein Leuchtturm: Der Check

Bei allem Träumen...
Was ist denn vielleicht
auch unrealistisch?



Jetzt haben wir das Allerwichtigste:

Deine Unternehmensvision,
Dein Unternehmensziel



Was ist das Wichtigste,
was Du bisher mitnimmst?





Marktanalyse?
Konkurrenzanalyse?
Wettbewerbsanalyse?



Markt- und Wettbewerbsanalyse

Marktanalyse:

Gibt es einen Markt für mein Angebot?

Wie ändert sich das Verhalten in meinem Markt?

Wettbewerbsanalyse:

Wer ist alles schon da und was machen die?

=> Teil der Marktanalyse, weil Wettbewerber zum Markt gehören

Marktanalyse: Hat meine Idee Potenzial?

Vorteil, wenn es schon (längere Zeit) Anbieter gibt:
Es gibt offensichtlich einen Markt.

„Einen Markt geben“ =
es gibt Menschen, die bereit sind, Geld für das Angebot auszugeben

Marktanalyse ist also besonders relevant, wenn

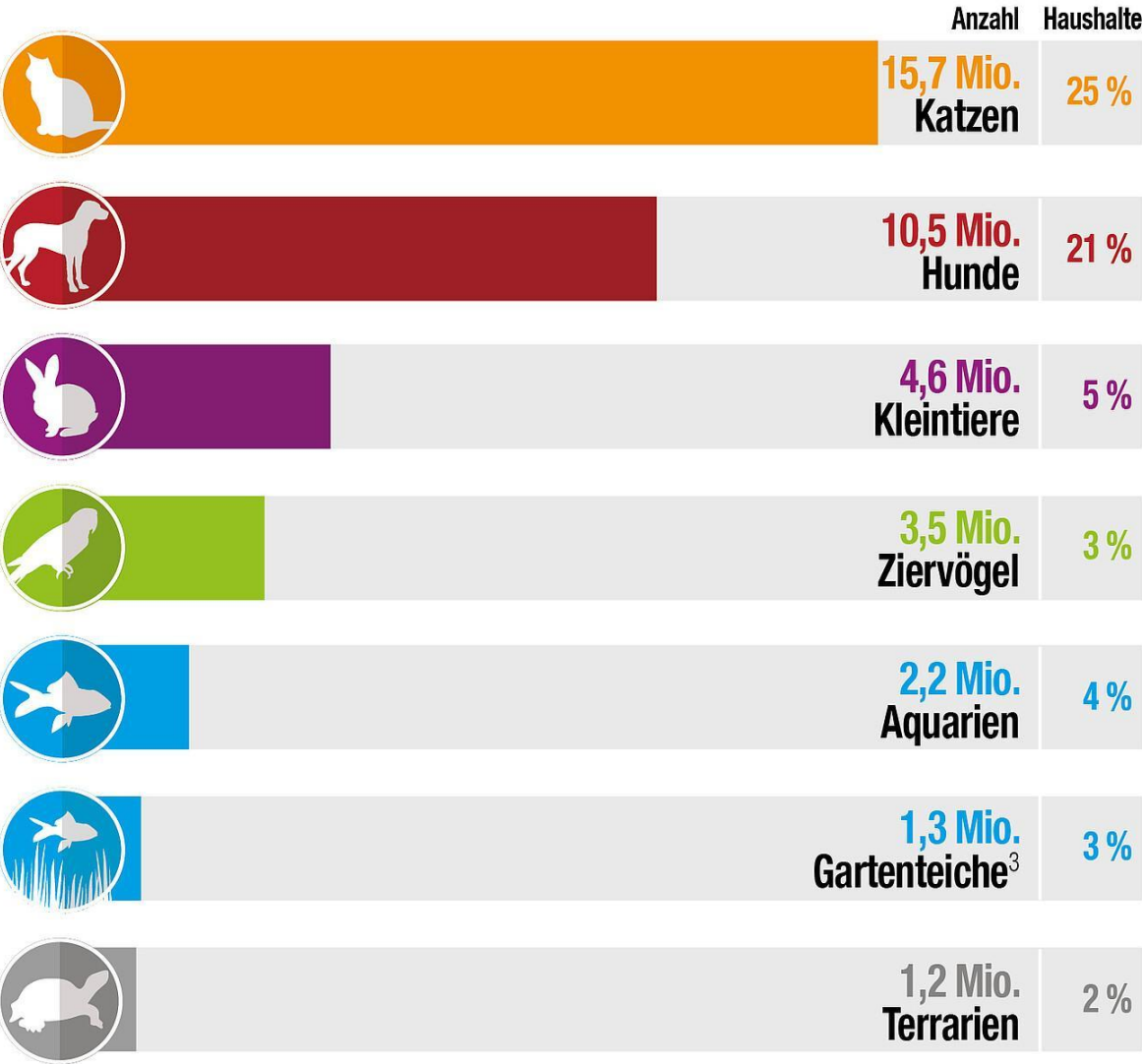
- das Angebot komplett neu ist / es so etwas noch nie gab.
- man von jemandem Geld möchte, der den Markt überhaupt nicht kennt.

Marktanalyse: Wichtige Fragen

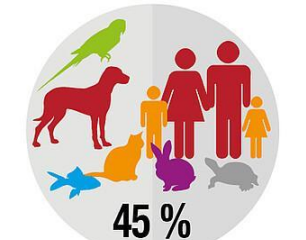
- Wie groß ist der Markt?

=> GENESIS online vom Statistischen Bundesamt, Branchenverbände (Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe), Fachzeitschriften, Marktstudien, Google

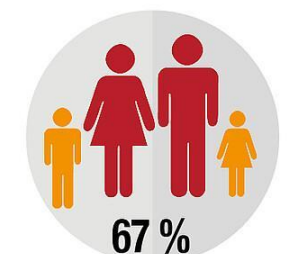
Heimtiere in Deutschland



Heimtiere leben in Haushalten in Deutschland¹.



aller Haushalte in Deutschland besitzen ein Heimtier².



aller Familien mit Kindern haben ein Heimtier.

¹) ohne Zierfische und Terrarientiere
²) inkl. Zierfische und Terrarientiere ³) mit Zierfischen

Basis: Repräsentative Befragung bei 5.000 Haushalten
Alle Daten auf Grundlage von Erhebungen für das Jahr 2023 | © IVH/ZZF 2024

<https://www.zzf.de/marktdaten/heimtiere-in-deutschland>

Marktanalyse: Wichtige Fragen

- Wie groß ist der Markt?

=> GENESIS online vom Statistischen Bundesamt, Branchenverbände (Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe), Fachzeitschriften, Marktstudien, Google

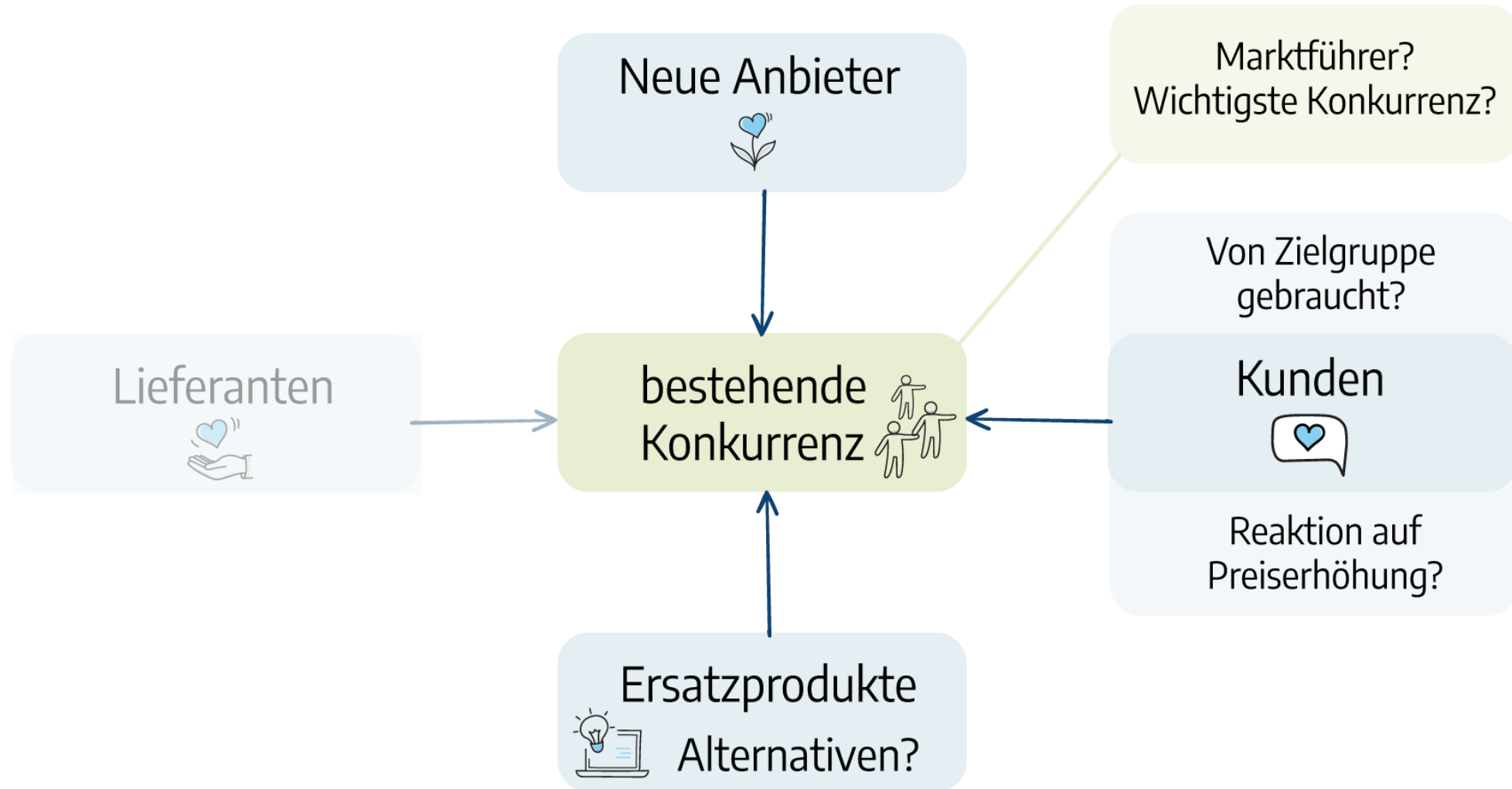
- Gibt es ein Marktwachstum?
- Was sind Trends?
- Was sind Markteintrittsbarrieren?
- Wer sind die 3 bis 5 wichtigsten Wettbewerber?

Unterthemen: Wettbewerbsanalyse, Zielgruppenanalyse

Ziel der Marktanalyse

- Marktgröße ermitteln
=> $\text{Absatz} = \text{Anzahl Käufer} \times \text{Anzahl Käufe} \times \text{Preis} = \text{Umsatz}$
- Trends verstehen und prognostizieren
- Zielgruppe verstehen
- Wettbewerb verstehen inkl. Ersatzprodukte
=> Marktpotenzial verstehen

Wettbewerbsanalyse nach Porter



Wettbewerbsanalyse

Mitbewerber im Umkreis von 30 – 50km um meinen Standort

- Wie lange schon am Markt?
- Welche Spezialisierung und/oder Positionierung?
- Zu welchen Suchbegriffen wird wer bei Google-Recherche gefunden? (Inkognito-Tab verwenden)
- Wie sieht das Ranking bei Google Maps (Google MyBusiness) aus?
- Was würde mich als Kunde überzeugen, was nicht?
- Instagram- / Facebook-Account: Anzahl Follower, Grad Interaktion (Like, Kommentare), Frequenz Postings (Beiträge und Story), mein Eindruck

Identifiziere die 3 – 5 Haupt-Mitbewerber. Warum entscheidest Du Dich für sie?

Wettbewerbsanalyse:

Mitbewerber im Umkreis von 30-50km um meinen Standort

	Wie lange schon am Markt?	Welche Spezialisierung und/oder Positionierung?	Zu welchen Suchbegriffen wird wer bei Google-Recherche gefunden? (Inkognito-Tab verwenden)	Wie sieht das Ranking bei Google Maps (Google MyBusiness) aus?	Was würde mich als Kunde überzeugen, was nicht?	Instagram- / Facebook-Account			
						Anzahl Follower	Grad Interaktion (Like, Kommentare)	Frequenz Postings (Beiträge und Story)	Mein Eindruck
Mitbewerber 1									
Mitbewerber 2									
Mitbewerber 3									
Mitbewerber 4									
Mitbewerber 5									
Mitbewerber 6									
Mitbewerber 7									
Mitbewerber 8									
Mitbewerber 9									
Mitbewerber 10									
Mitbewerber 11									
Mitbewerber 12									
Mitbewerber 13									
Mitbewerber 14									
Mitbewerber 15									

Unternehmensstrategien für die Hundebranche



1



DER LEUCHTTURM

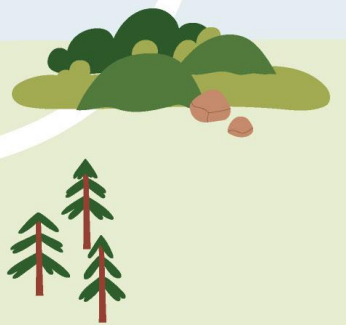
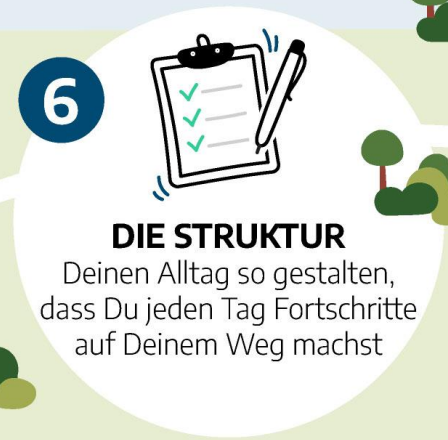
Dein Unternehmensziel,
Deine Vision

2 Wochen für Dein gezieltes Vorankommen

STRATEGIE & UMSETZUNGSPLAN



STRUKTUR & ORGANISATION IM ALLTAG UND BÜRO





Unternehmer = Ich



Netzwerk



Alltag & Büro



Mitarbeiter

Angebot



Kunden



Marketing



Finanzen



Auf dem Weg. 🥰 🧑🏻🚴

