

The image features a collection of approximately 15 teal-colored 3D cubes of varying sizes and orientations, scattered across the white background. The cubes are rendered with a slight gradient and soft shadows, giving them a three-dimensional appearance. They are positioned around the central text, with some appearing to float above and others below the main message.

**Business Planning
ist Strategiearbeit**

Wer wir sind – und was uns ausmacht




**Wir sind eine wissenschaftlich -
fundiert arbeitende Organisations-
und Strategieberatung - mit mehr
als 50 Berater:innen in neun Ländern
weltweit.**

Das Life Sciences-Ökosystem
ist außerordentlich komplex -
das macht Beratungsprojekte
hier zu einer besonderen
Herausforderung.

Wir bewältigen sie, indem wir
unsere langjährigen Erfahrungen
mit den vielfältigen Fragestellungen
in diesem Bereich nutzen - von
der Strategieentwicklung bis zur
Markenplanung.

Die Würfel sind noch nicht gefallen ...



Strategiearbeit läuft in die Routinefalle, dabei geht es um mehr, als Slidedecks für die Schauseite zu befüllen.



Gutes Business Planning hilft, hinter die Fassade der eigenen Betriebsblindheit zu schauen.

Strategieentwicklung setzt gewöhnlich auf eine lineare Roadmap, die man eigentlich nur abarbeiten müsste.

Dabei wird oft übersehen, wie heikel Strategiearbeit sein kann. Sie tangiert die Auffassungen und Interessen unterschiedlichster Funktionen und lässt Machtverhältnisse sichtbar werden.

Im Vordergrund steht oft die Sachlage. Tools werden genutzt, um Expertise zu generieren.

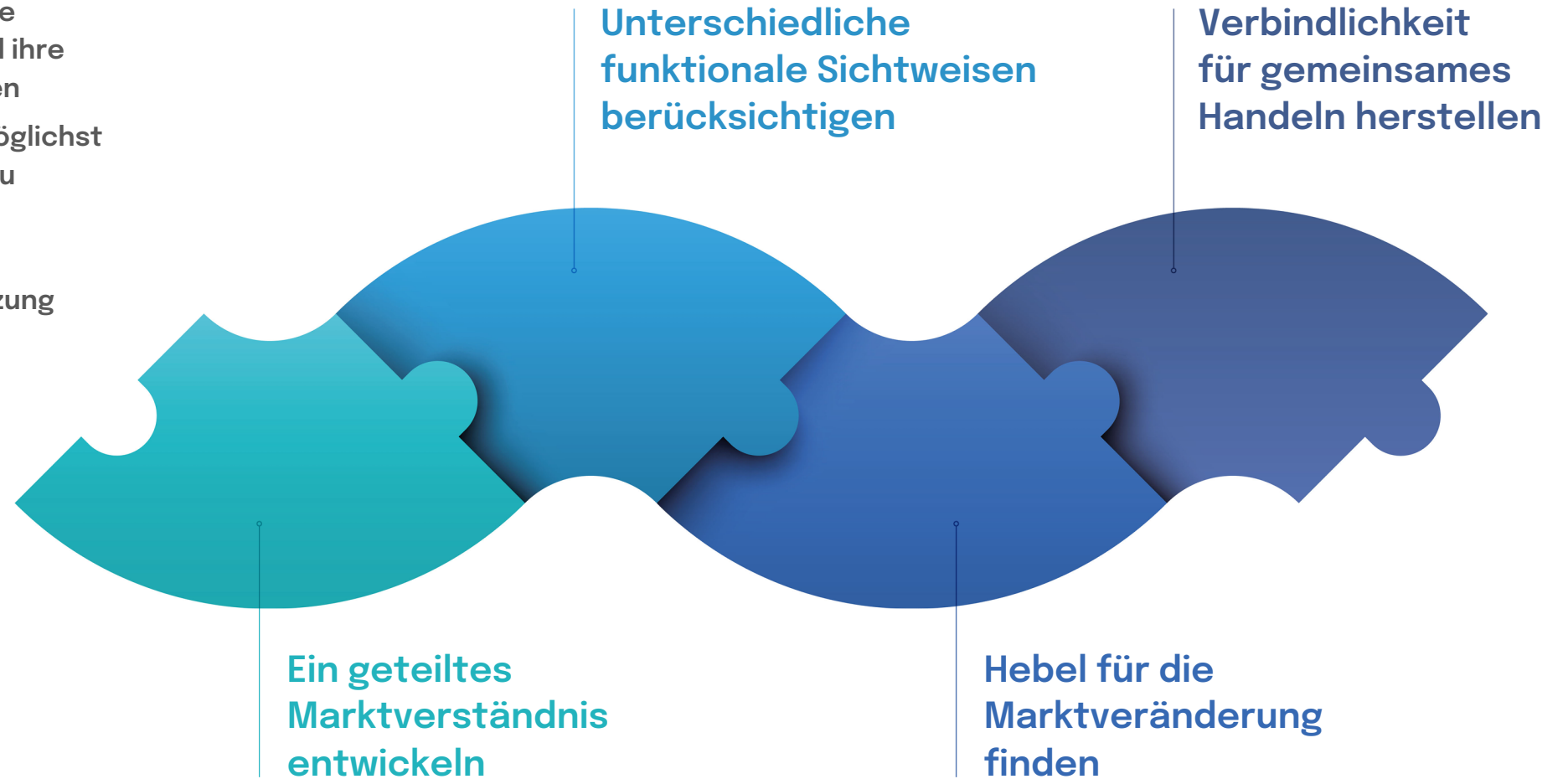
Die Sachlage beantwortet jedoch nicht die Strategiefrage. Es geht darum, aus den Argumenten und Expertisen Entscheidungen für die Zukunft abzuleiten und zu treffen.



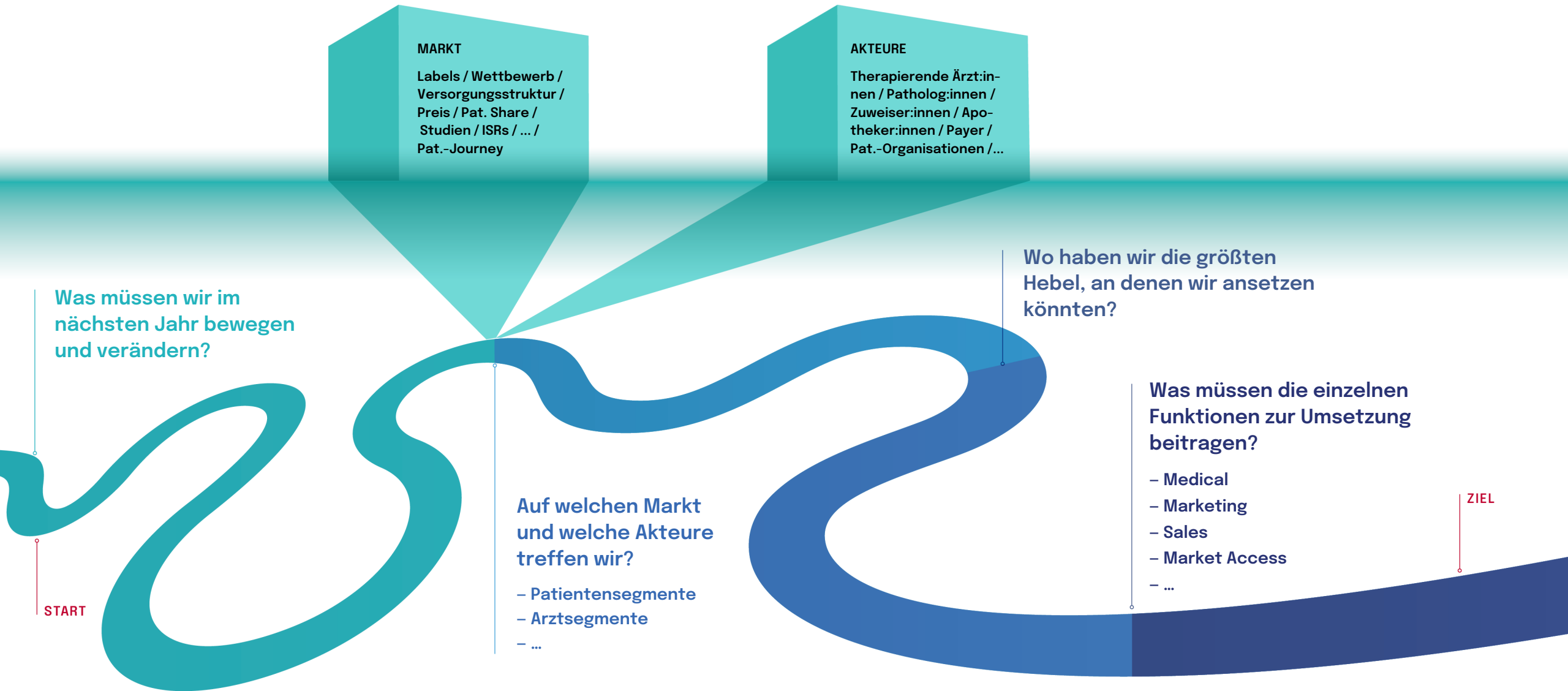
Wenn Business Planning nicht zum Glücksspiel werden soll

Es kommt darauf an, alle relevanten Akteure und ihre Sichtweisen einzubinden

- um Strategien mit möglichst wenig weißen Flecken zu entwickeln
- um sicherzustellen, dass man in der Umsetzung an einem Strang zieht



Strategische Marschroute für das Business Planning



Strategy Flow mit Tool-Unterstützung

Instrumente zur Analyse und Systematisierung

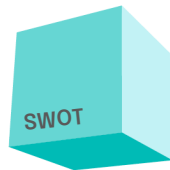
Wo haben wir Unsicherheiten?

Welche Annahmen lassen sich für sie treffen, um trotzdem planen zu können?



Was bringen wir in den Markt mit?

Wo werden wir herausgefordert?



Wie stellt sich die Ausgangslage dar?

Welche Markt-segmente sollten wir angehen?

Welche Ansätze zur Veränderung gibt es?



Instrumente zur Handlungsentwicklung und Priorisierung

Welche Hebel stehen uns zur Verfügung, um sie zu bewegen?



Was ist unsere Value Proposition für Behandler:innen / Patient:innen?

Was zeichnet uns aus?



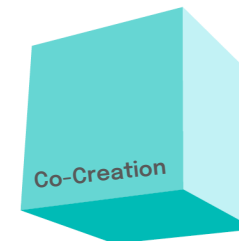
Welche strategischen Optionen bieten sich uns?



Welche Mittel habe Ich heute schon, um weiterzukommen?



Wie kann ich die Kund:innen / Behandler:innen in die Strategiearbeit einbeziehen?



Welche strategischen Handlungsfelder wollen wir angehen?

Was versprechen wir uns davon?



Wie steht es um Ihre Würfel?



Gestalten Sie mit uns
Ihr Business Planning.
Sprechen Sie uns
für ein erstes Sparring
zu Ihren Themen an.

**Wir freuen uns,
von Ihnen zu hören!**



Isabell Hager

Senior Consultant
bei Metaplan

IsabellHager@metaplan.com

T +49 (4106) 617-0

M +49 (173) 42 74 736



Ines Vogel

Senior Consultant
bei Metaplan

InesVogel@metaplan.com

T +49 (4106) 617-0

M +49 (173) 59 77 236

**Wie steht es
um Ihre Würfel?**

www.metaplan.com

Quickborn@metaplan.com

T +49 (4106) 617-0

