

Strategische Handlungsfelder per tt.mm.2017 Draft Version					Strategische Zieldefinitionen und Schlüssel-Indikatoren					Vorjahre				Aktuelles Jahr				Budget	Mittelfristplanung				
Kategorie	Nr.	Erweiterte Zieldefinition	Messgrößen/KPI	Datenquelle	Verantw. Person	2013	2014	2015	2016	Q1	Q2	Q3	Q4	B 2017	2018	2019	2020	2021					
						Finanzen	1.1																
1.2																							
1.3																							
1.4	Jährl. DB1-Volumen o-DB1-Marge	Nettoerlös ./ proportionale Herstellkosten	SAP-SD		5100		5700	6200	6500					6'900	7'250	7'600	8'100	8'500					
1.5																							
Kunden	2.1																						
	2.2																						
	2.3	Regelmässig und strukturiert die (lösungs-invarianten) Kundenbedürfnisse erkennen.	Rücklaufquote und Veränderung in den gewichteten Bewertungen.	manuell		21 %	25 %	36 %	42 %					Rücklaufquote > 50% und Zielbewertungsquote pro Frage.									
	2.4																						
	2.5																						
Prozesse	3.1																						
	3.2																						
	3.3	Ein starkes CRM ist eingeführt und die richtigen Daten sind eingepflegt	Anz. der sauber gepflegten Mussfelder in%	SAP-CRM		n/a	n/a	24 %	44 %					66 %	75 %	85 %	100 %	100 %					
	3.4																						
	3.5																						
Potentiale	4.1	Überzeugte und engagierte Mitarbeitende mit Commitment haben.	Die 4 Kernfragen "persönliches Commitment", "Vertrauen", "Entwicklungsmöglichkeiten" und "Wohlbefinden" des positiven Employerbrands werden von den MA im 2017 über dem CH-Durchschnitt beantwortet.	MA-Umfrage		n/a	77 %	75 %	76 %					80 %	85 %	keine Umfrage geplant	90 %	keine Umfrage geplant					
	4.2																						
	4.3																						
	4.4																						
	4.5																						

Draft tt.mm. 20jj	Erweiterte Zieldefinition aus BSC	Nr.	Umzusetzende Massnahmen	Notwendige Mittel zur Zielerreichung	Verant- wortlich	Termin	Umsetzungs- Status am Review-Day	Massnahmen im smart-Check					Readiness-Factor			
								specific- klar?	measurable- messbar?	achievable- erreichbar?	relevant?	time based- terminiert?	noch nicht fähig + noch nicht bereit	noch nicht fähig aber bereit	fähig aber noch nicht bereit	fähig + bereit

K u n d e n	Nr.	Erweitere Zieldefinition	Nr.	Umzusetzende Massnahmen	Notwendige Mittel zur Zielerreichung	Verantw.	Termin	Status	s	m	a	r	t	R1	R2	R3	R4
		2.1		211					0 %								
	2.2		221					0 %									
			222						0 %								
	2.3	Regelmässig und strukturiert die (lösungsinvarianten) Kundenbedürfnisse erkennen.	231	Jährliche Kundenumfrage durchführen/auswerten, auch über Vertretungen. Jährlich zu Beginn der Saison gem. ISO notwendig.	Alle VAD müssen ihre A-Kunden befragen.	VAD	tt.mm.20jj	70 %	ja	ja	ja	ja	ja			x	
	2.4		241					0 %									
	2.5 0		251					0 %									

P r o z e s s e	Nr.	Erweitere Zieldefinition	Nr.	Umzusetzende Massnahmen	Notwendige Mittel zur Zielerreichung	Verantw.	Termin	Status	s	m	a	r	t	R1	R2	R3	R4
		3.1 0		311					0 %	ja	ja	ja	ja	ja			
	3.2 0		321					0 %									
	3.3	CRM mit Wiedervorlage und History ist eingeführt und wird gepflegt. Tablet App und Browserbasiert auch für Tochtergesellschaft.	331	Einführungskonzept ausarbeiten, Abgleich mit den techn. Möglichkeiten	Maske definiert, Tabletlösung ok, Browser basiert	VAD	tt.mm.20jj	55 %	ja	ja	ja	ja	ja				x
			332	Einführung schrittweise gem. Konzept. in CH		VID	tt.mm.20jj	45 %	ja	ja	ja	ja	nein				
	3.4 0		341					0 %									
	3.5 0		351					0 %									
			352						0 %								

P o t e n t i a l e	Nr.	Erweitere Zieldefinition	Nr.	Umzusetzende Massnahmen	Notwendige Mittel zur Zielerreichung	Verantw.	Termin	Status	s	m	a	r	t	R1	R2	R3	R4	
		4.1	Die 4 Kernfragen "persönliches Commitment", "Vertrauen", "Entwicklungsmöglichkeiten" und "Wohlbefinden" des positiven Employerbrands werden von den MA im 2017 über dem CH-Durchschnitt beantwortet.	411	Mitarbeitendenumfrage 2018 lancieren und ausgewertet haben.		HRM	tt.mm.20jj	10 %	ja	ja	ja	ja	ja			x	
	4.2 0		421					0 %										
	4.3 0		431					0 %										
			432						0 %									
			433						0 %									
			434						0 %									
	4.4 0		441					0 %										
	4.5 0		451					0 %										