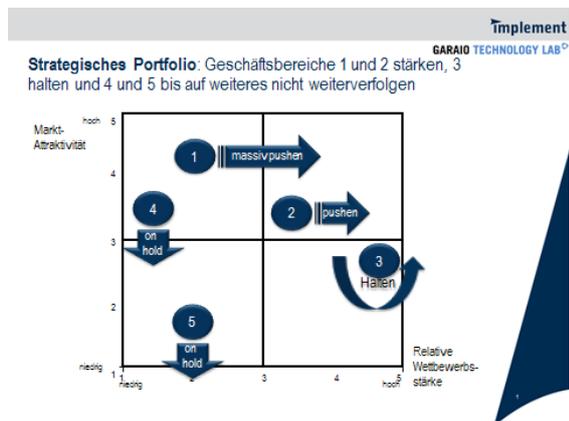


Strategie für Pragmatiker

Ausgangslage

Der Berner IT-Dienstleister GARAIO stand vor der Herausforderung, das starke Wachstum der letzten Jahre im Rahmen einer einfachen und klaren Strategie zu kanalisieren und fundiert, die relevanten Wachstumsinitiativen der nächsten Jahre zu eruieren und priorisieren sowie diese an den strategischen Vorgaben messbar zu machen.

1. Schritt Strategieentwicklung: Unter Einbezug von Kunden und Nichtkunden, welche von GARAIO-Kader persönlich befragt wurden, analysierte das erweiterte Management Team die Ausgangslage, prüfte die Wachstumsinitiativen und entwickelte die neue GARAIO-Grundstrategie, mit einer Fokussierung auf drei strategische Geschäftsfelder:



Mit folgenden Ergebnissen:

- Konsequente organisatorische Ausrichtung auf die strategischen Geschäftsbereiche
- Klare Definition eines machbaren Massnahmenplans mit strategischen Initiativen für die nächsten Jahre
- Verbindliche Festlegung realisierbarer Umsatz- und Ertragsziele je strategischem Geschäftsfeld
- Rascher Aufbau & Betrieb eines Strategie-Cockpits zum konstanten Monitoring des Zielerreichungsgrad.

2. Schritt Umsetzung: In einem zweiten Schritt wurden die organisatorischen Auswirkungen und die strategischen Initiativen konkretisiert

- Erarbeitung einer gemeinsamen, Geschäftsfeldübergreifender Organisationsphilosophie
- Detaillierung der neuen Organisationsstruktur bis auf Ebene Mitarbeiter, inkl. AKV für alle Kaderstellen
- Detaillierung der strategischen Ziele auf Niveau Quartal inkl. Meilensteinplanung und detaillierter Ressourcenschätzung



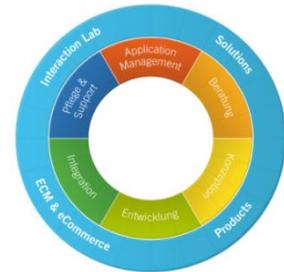
- Etablierung eines quartalsweisen strategischen Controllings (Strategie-Cockpit).

Die gesamte Strategie wurde unter aktivem Einbezug der Kader sowie vieler Funktionsträger definiert und ist somit auch personell fest verankert.

Resultate



GARAIO ist heute klar nach Sicht Produkt / Markt ausgerichtet. Das Wachstum erfolgt kanalisiert und die Organisation trägt dem Grundsatz „structure follows strategy“ vollständig Rechnung. Durch den Einbezug aller Anspruchsgruppen sind die Erwartungshaltungen und Forderungen an die Strategie klar, messbar und in der Firma akzeptiert. Die Strategie ist umsetzungs-ready; die selbst gesetzten Ziele wurden deshalb auch bereits im ersten Jahr übertroffen.



Die praxisnahe Strategiedefinition half, kleine organisatorische Anpassungen „on the run“ weiterhin strategiekonform problemlos umzusetzen.

Kundensicht



IMPLEMENT hat uns in einem pragmatischen und strukturierten Strategieprozess als kompetenter Sparringpartner begleitet. Wir konnten gemeinsam zügig auf das Wesentliche fokussieren und eine sowohl betriebswirtschaftlich fundierte als auch umsetzungsorientierte Strategie entwickeln. Dank der Fokussierung konnte GARAIO die doch hoch gesetzten Ziele bereits im ersten Jahr übertreffen. (David Brodbeck, CEO GARAIO)

Firma: Garaio AG, Bern
Geschäftsführer: David Brodbeck
Angebot / Leistungen: Individual-SW-Lösungen, ECM & e-commerce, Standard-Produkte wie REM-Immobilienbewirtschaftung, ROOMS PRO -Raumbewirtschaftung
www.garaio.com

Zum Projektzeitpunkt 2010:
Umsatz: >CHF 12.5 Mio.
Anzahl Mitarbeiter: 80

2014:
Umsatz: >CHF 31 Mio.
Anzahl Mitarbeiter: 146