

Identity Check by www.smartup.ch – prüfen Sie den Ist-Zustand Ihres Unternehmens.

Der **Identity Check** ermöglicht es Ihnen, den Ist-Zustand Ihres Unternehmens mit einer ersten Grobanalyse schnell und einfach zu ermitteln. Er beleuchtet alle relevanten Aspekte der Positionierung und Identität Ihres Unternehmens. Die Beantwortung der 32 Fragen dauert zirka 15 Minuten.

Bitte ausdrucken, einscannen und per E-Mail an info@smartup.ch an uns zurücksenden. Die Auswertung erfolgt manuell und dauert zirka eine Woche. Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Es entstehen Ihnen keinerlei Kosten.

Ihre Angaben

Name
Funktion
Unternehmen
Adresse
Anzahl Mitarbeitende

Die Antworten bitte einfach ankreuzen: von 1 (schlecht erfüllt) bis 6 (sehr gut erfüllt)

Frage 1: Die Werte unseres Unternehmens sind im Detail definiert und werden schriftlich kommuniziert.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 2: Unser Leitbild ist im Unternehmen ein wichtiges Führungsinstrument.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 3: Unsere Werte sind in allen Leistungen, der Kommunikation und im Auftritt wiederkennbar.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 4: Wir unterscheiden uns durch unsere Einzigartigkeit positiv von der Konkurrenz.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 5: Alle immateriellen Werte werden gemäss den Bilanzierungsrichtlinien (nach IAS und IFRS) in unserer Bilanz ausgewiesen.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 6: Die Positionierung unseres Unternehmens ist auf die fokussierten Märkte ausgerichtet.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 7: Unsere Positionierung im Markt deckt sich mit den Zielvorstellungen des Managements.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>

Identity Check by www.smartup.ch – prüfen Sie den Ist-Zustand Ihres Unternehmens.

Frage 8: Die Werte, Strategie und Positionierung unseres Unternehmens werden vom Management regelmässig überprüft.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 9: Das Marketing orientiert sich an den Alleinstellungsmerkmalen unserer Positionierung.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 10: Unser Management besitzt eine konsistente und dem Leitbild entsprechende Zielauffassung.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 11: Das Management verfolgt konsequent eine klar formulierte Unternehmensstrategie.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 12: Alle Management-Entscheidungen orientieren sich an verbindlichen Werten und Leitlinien.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 13: Unsere Organisationsstruktur, Verhaltensrichtlinien und Prozesse sind stimmig auf die Strategie ausgerichtet.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 14: Unsere Strategie hilft uns dabei, das Unternehmen als starke Marke zu verankern.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 15: In jedem von uns definierten Markt gelingt es uns, eine führende Position einzunehmen.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 16: Die Kommunikationsstrategie orientiert sich an den Alleinstellungsmerkmalen unserer Positionierung.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 17: Den Erfolg jeder Kommunikationsmassnahme können wir messen und bewerten.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 18: Die Inhalte, Kernbotschaften und Kommunikationsinstrumente werden systematisch aufeinander abgestimmt.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 19: Mit den Ressourcen (Mitarbeiter, Partner, Budget) für unser Kommunikationsmanagement erreichen wir die gesteckten Ziele.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 20: Wir kennen die Eigenschaften, mit denen wir uns von unseren Mitbewerbern unterscheiden.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>

Identity Check by www.smartup.ch – prüfen Sie den Ist-Zustand Ihres Unternehmens.

Frage 21: Unser Erscheinungsbild vermittelt die Werte, Positionierung und Kultur unseres Unternehmens stimmig und zielgenau.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 22: Wir arbeiten mit definierten Design-Richtlinien für die Anwendung unseres Corporate Design.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 23: Alle Designelemente (Formen, Farben, Typografie und Bildsprache etc.) sind systematisch aufeinander abgestimmt.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 24: Die Zuständigkeiten für die Durchsetzung des Corporate Design sind organisatorisch klar geregelt.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 25: Unsere Kultur zeichnet sich aus durch eine hohe Übereinstimmung im Denken, Handeln und Verhalten.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 26: Mit innovativen Lösungen können wir schnell und effektiv auf die Anforderungen des Marktes reagieren.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 27: Wir sind mehr Marktgestalter und lassen uns weniger von unseren Wettbewerbern treiben.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 28: Unsere Mitarbeiter kennen die Strategie und wissen, welchen Beitrag sie konkret zu deren Umsetzung leisten.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 29: Es fällt uns leicht, qualifizierte Mitarbeitende zu finden und an das Unternehmen zu binden.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 30: Durch langfristige und enge Beziehungen zu unseren Kunden erreichen wir eine hohe Wertschöpfung.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 31: Durch den regelmässigen Dialog mit Kunden gelingt es uns relativ einfach, neue Produkte einzuführen.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
Frage 32: In unserem Vertriebsmanagement haben wir den Prozess vom Erstkundenkontakt bis zum Aftersales-Service definiert.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>