

Marktbearbeitungsstrategie für einen One-Stop-Shop im Bereich Softwaresupport für KMUs



Abstract

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit dem Erstellen einer Marktbearbeitungsstrategie im Bereich Softwaresupport für KMUs und mit der Analyse, wie die Lean Startup Methode dieses Vorhaben unterstützt. Innerhalb der Strategie wurde untersucht, welches die wichtigsten Value Propositions sind, die ein Dienstleister für Digitalisierungsprojekte anbieten muss, um KMUs dafür zu überzeugen. Diese Propositions wurden anschliessend in das Business Model Canvas und in die Roadmap eingearbeitet. Als Grundlage für eine quantitative Marktübersicht dienen Daten des Bundesamtes für Statistik und weitere Berichte. Eine Marktübersicht mit einschränkender Segmentierung wurde durch-

geführt und anschliessend wurden Value Propositions erstellt. Durch die Anwendung der Lean Startup Methode wurde das Wertangebot optimiert. Gesammelte Erkenntnisse wurden in einen Aktionsplan überführt. Es stellte sich dabei heraus, dass das richtige Softwareprodukt der Dienstleister ist, welcher das Produkt anbietet. Dieser sollte eine persönliche langfristige Partnerschaft anbieten und zeigen, dass er in der Lage ist, mit Zeit, Qualität und Kosten zu jonglieren. Die Lean Startup Methode hat direkten Einfluss auf die Veränderung der Value Propositions und indirekten auf das Business Modell und den Aktionsplan. Die Lean Startup Methode hat sich durch ihre kundenzentrierte Art, früh Risiken zu minimieren,

als geeignet für dieses Vorhaben erwiesen. Durch das Erstellen einer Marktbearbeitungsstrategie kann übersichtlich die Einführung eines neuen Service geplant werden. Dabei sollten in der Umsetzung Feedbacks dazu eingeholt werden, wie erfolgreich die Umsetzung läuft und stetig an Verbesserungen gedacht werden. Ebenfalls sollte stetig abgestimmt werden, ob der Aktionsplan noch zur Strategie des Unternehmens passt.

Keywords:
Lean Startup, Marktbearbeitungsstrategie, Value Proposition

Hannes Gasser

Dozent*in:
Prof. Dr. Shaun West
Expert*in:
Klemens Ruoss

Wirtschaftspartner:
Swisscom (Schweiz) AG

Semester:
HS21