

Purpose

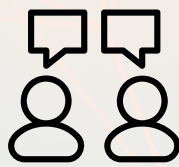
Ein Schweizer SaaS-Anbieter für KI-basierte Lösungen im Bau- und Immobiliensektor hat sich im Heimatmarkt erfolgreich etabliert. Für die geplante Expansion in den DACH-Raum bleibt unklar, ob das bisherige Vertriebs- und Preiskonzept – angesichts unterschiedlicher Kundenanforderungen und Kaufkraft – einfach übertragbar ist und ob ein rein digitaler Vertriebsansatz oder eine physische Präsenz (z. B. eine Niederlassung) erforderlich wird, um Vertrauen zu schaffen.

Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, eine tragfähige Strategie zu entwickeln, mit der das etablierte SaaS-Angebot regional angepasst eingeführt werden kann. Dabei werden Preisgestaltung und Vertriebsprozesse fokussiert, um sicherzustellen, dass das Unternehmen auch in einem potenziell konservativeren Marktumfeld langfristig wettbewerbsfähig agieren kann.

Angewandte Kompetenzen



Iteratives Vorgehen



Interview



Literaturrecherche



Fallstudien-Analyse

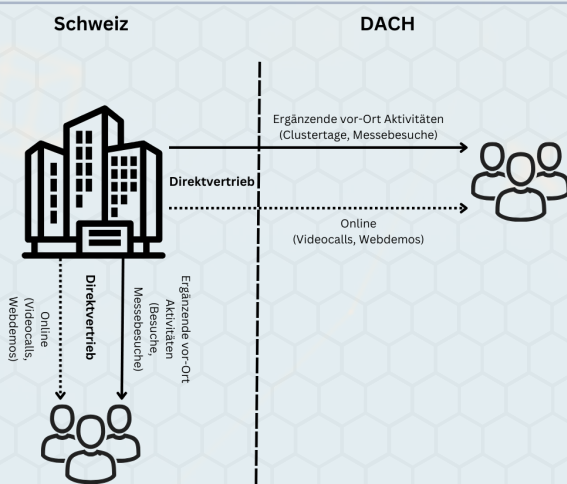


Konzeptentwicklung

Auf Basis von Literaturrecherche, Experteninterviews und einer Fallstudien-Analyse wurde in einem iterativen Prozess ein erstes Konzept erstellt. Kundeninterviews lieferten anschliessend wertvolle Einblicke, um das Konzept weiter zu verfeinern. Dieses Vorgehen gewährleistet eine passgenaue Vertriebs- und Preisstrategie für den Zielmarkt.

Resultat

Die bereits im Heimatmarkt bewährte Vertriebsstrategie lässt sich mithilfe eines hybriden Ansatzes (Videocalls, Online-Demos sowie gezielten Vor-Ort-Aktivitäten wie Clustertagen und Messeauftritten) auch im DACH-Raum erfolgreich implementieren, ohne unmittelbar eine lokale Niederlassung einrichten zu müssen.



Moderater Einstiegspreis: Niedriger Start, iterative Erhöhung bei wachsender Akzeptanz.

Flexible Lizenzen: Zeit-/projektbasierte Optionen für kleinere Büros, Abomodelle für grössere Kunden.

Regionale Pilotkunden: „Heimische“ Referenzen senken Vorbehalte und erleichtern den Markteintritt.

Inlandspräsenz bei Bedarf: Eine Niederlassung oder Partnerschaft wird erst bei stärkerer Regulierung oder wachsender Nachfrage nötig.