

Wachstumsstrategien für ein IT-Dienstleistungsunternehmen

Studiengang: EMBA General Management

Die Nutzung und Pflege des Netzwerks, Spezialisierung, Partnerschaften und gezieltes Marketing über Plattformen wie LinkedIn können einem IT-Dienstleistungsunternehmen helfen zu wachsen. Damit ein Unternehmen sich von Mitbewerbern unterscheiden kann, sollten die Markttrends verfolgt werden, um daraus neue Dienstleistungsangebote zu entwickeln. Dies kann auch helfen, um einen langfristigen Erfolg des Unternehmens zu sichern.

Ausgangslage

Das Unternehmen bietet auf Basis von Microsoft Produkten Informatikdienstleistungen für KMUs und Behörden an. Die bisherige Strategie bestand darin, dass alle Mitarbeitenden inklusive Geschäftsführer möglichst viele Dienstleistungsstunden verkaufen können. Die Problematik dabei ist, dass diese Strategie eine begrenzte Skalierbarkeit bietet. Auch bleibt dem Geschäftsführer wenig Zeit, um das Unternehmen zu führen und strategisch auszurichten.

Ziel

Ziel ist es herauszufinden, wie das Informatikunternehmen wachsen kann und dabei auch allenfalls skalierbare Dienstleistungen oder Produkte anbieten kann. Im Zentrum stehen die Erarbeitung und Bewertung von Wachstumsstrategien. Anhand von konkreten Umsetzungsmassnahmen sollen dem Unternehmen Wachstumsmöglichkeiten aufgezeigt werden. Es soll eine Roadmap vorgelegt werden, welche Projekte und Ziele notwendig sind, damit die Strategien umgesetzt werden können.

Methodisches Vorgehen

Im Mittelpunkt steht die SWOT-Analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), bei deren Informationen aus der Umweltanalyse und der Unternehmensanalyse einfließen. In der Umweltanalyse wurde eine Literaturstudie, fünf Interviews mit KMU-Inhaber und eine Konkurrenzanalyse durchgeführt. In der Unternehmensanalyse wurde eine Mitarbeiterumfrage, ein Dominanz Standard Modell ausgearbeitet und eine Kundenumfrage durchgeführt. Nachdem die Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren identifiziert worden sind, wurden diese Informationen in der TOWS-Analyse (Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths) weiterverwendet, um so erste Handlungsoptionen durch das Kombinieren der in der SWOT-Analyse gesammelten Faktoren entwickeln zu können. Die Ergebnisse der TOWS-Analyse fliessen danach in das SAF (Suitability, Acceptability and Feasibility)

Framework ein, um die Optionen nach deren Eignung, Akzeptanz und Machbarkeit zu bewerten und schlussendlich die präferierenden Wachstumsstrategien aufzeigen. Mit einer Balanced Scorecard werden die Ziele und Massnahmen formuliert.

Erkenntnisse

Der Inhaber eines Unternehmens sollte sich wöchentlich die Zeit einplanen, um Geschäftsleitungsaktivitäten wahrzunehmen. Ein Unternehmen hat einige Möglichkeiten, um das Wachstum zu fördern. Ein IT-Dienstleistungsunternehmen kann sich durch Spezialisierung auf gewisse Produkte und Dienstleistungen von den Mitbewerbern abheben. Durch das beobachten von Markttrends können neue Dienstleistungsangebote entwickelt und erforderliches Wissen gezielt aufgebaut werden. So kann sich das Unternehmen immer neu erfinden und hat gute Chancen, im hartumkämpften Markt, zu überleben. Dabei sollte das Netzwerk genutzt und gepflegt werden, da sich daraus potentielle neue Chancen ergeben können. Ein IT-Dienstleistungsunternehmen kann mit anderen Mitbewerbern zusammenarbeiten, sich gegenseitig unterstützen und allenfalls Partnerschaften eingehen, so können Unternehmen gemeinsam wachsen. Mit Hilfe von LinkedIn kann ein Unternehmen gezielt die gewünschten Kundengruppen und Kontakte ansprechen und so den Bekanntheitsgrad erhöhen ohne in kostspielige Werbemassnahmen zu investieren, welche den Nutzen nicht konkret messbar machen. In externe Verkaufsdienstleistungen zu investieren, damit beispielsweise Kaltakquisen durchgeführt werden können, ist für ein IT-Unternehmen in vielen Fällen nicht lohnenswert. Das Unternehmen sollte mit eigenen Mitarbeitenden Zeit in die Verkaufsförderung investieren, dies wirkt gegenüber dem potentiellen Kunden auch persönlicher und ermöglicht das Vertrauen zu fördern. In vielen Fällen sind persönliche Empfehlungen ausschlaggebend und führen zum Erfolg bei der Akquise von Neukunden.



Stefan Merz
EMBA General Management
stefan.merz@bluetec.ch