

Strategische Ausrichtung des Geschäftsfelds Produktkonfiguratoren bei der Firma Sitewerk

Studiengang:

Die als Individualsoftware hergestellten Produktkonfiguratoren der Firma Sitewerk sind technisch anspruchsvoll und erfordern ein hohes Mass an Beratungsleistungen. Aufgrund von wiederkehrenden Anforderungen und einem wachsenden Kundenstamm, soll das Framework, welches Grundfunktionen für die Konfiguration bereitstellt, weiterentwickelt werden und zu nachhaltigem Wachstum der Firma beitragen.

Ausgangslage

Der Geschäftsbereich Produktkonfiguratoren der Firma Sitewerk soll nachhaltig wachsen. Die als Individualsoftware hergestellten Produktkonfiguratoren sind technisch anspruchsvoll und nehmen in der Konzeptionierung viel Zeit in Anspruch. Aufgrund von wiederkehrenden Anforderungen und einem wachsenden Kundenstamm hatte sich Sitewerk entschieden eine Framework zu entwickeln, welches Funktionen von Produktkonfiguratoren modularisiert und wiederverwendbar macht. Kundenspezifische Lösungen sollen dadurch einfacher erstellt werden können und somit Wettbewerbsvorteile entstehen. Aktuell wird das Framework für eine überschaubare Zahl von Kundenlösungen eingesetzt. Um zukünftig möglichst viele Konfiguratoren mit denselben Modulen verkaufen zu können, muss das Framework ausgebaut und effizienter betrieben werden können. Momentan ist das Framework und die Entwicklungsprozesse noch nicht auf dem Stand, um die gewünschten Skaleneffekte erreichen zu können.

Zielsetzung

Diese Arbeit soll aufzeigen, wie sich Sitewerk mit dem Geschäftsbereich Produktkonfiguratoren strategisch positionieren soll, um die angestrebten Wachstumsziele erreichen zu können.

Vorgehen

Grundlage für die Strategieentwicklung ist eine Analyse der heutigen Unternehmensstrukturen und des relevanten Marktes. Zusammen mit den Erkenntnissen aus der aktuellen Vermarktung und Leistungserstellung konnte eine SWOT-Analyse erstellt werden. Die daraus abgeleiteten strategische Optionen wurden analysiert und bewertet. Unter Berücksichtigung der Unternehmensvision und den erwarteten Entwicklungen des Marktes wurde eine Wettbewerbsstrategie formuliert. Die Handlungsempfehlung und die darin enthaltenen strategischen Ziele wurden abschliessend in eine Strategy-Map übertragen.



Dominik Bärtschi
MAS Digital Transformation
dominik.baertschi@hotmail.com

Ergebnisse

Die Ergebnisse bringen eine Kombination von zwei unterschiedlichen Wettbewerbsstrategien zutage und zeigen, dass weitere Investitionen nötig sind. Die Differenzierung durch Individualisierung der Benutzeroberfläche, gekoppelt mit einer Standardisierung des Frameworks, ist ein Alleinstellungsmerkmal, welches gezielt vermarktet werden kann. Umso schneller das Konzept und die benötigten Funktionen für einen kundenspezifischen Produktkonfiguratoren bereitgestellt werden, desto mehr Kosten werden gespart. Eine Verbesserung der Leistungserstellung kann durch standardisierte Prozesse und Richtlinien erreicht werden. Die Beratungsqualität soll ausgebaut werden, um sich gegenüber Konkurrenten weiter zu differenzieren. Eine Weiterentwicklung des Frameworks ist notwendig, um im angestrebten Marktsegment mindestens den gleichen Leistungsumfang wie führende Anbieter von Standardsoftware abzudecken.

