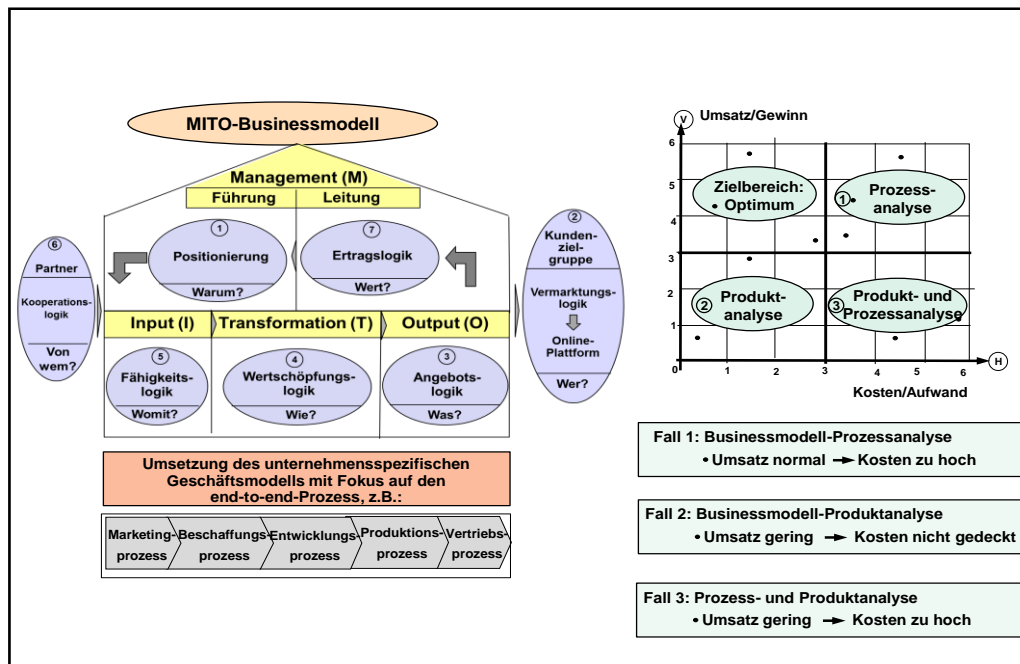


Integrierte Produkt- und Prozessanalysen für eine erfolgreiche Businessmodellumsetzung

Bei der Suche nach den richtigen Strategien für eine erfolgreiche Umsetzung des unternehmensspezifischen Businessmodells für einen nachhaltigen Wettbewerbserfolg müssen als erstes die 7 Grundfragen

"warum, wer, was, wie, womit, mit wem und wie erfolgreich (wert)"

beantwortet werden. Anschließend stellt sich für das Management die Frage, welcher Hauptansatz für die weitere Betrachtung zu wählen ist. Das heißt, ob es zur richtigen Strategieableitung aus strategischer Sicht sinnvoller ist, eine Produkt- und Serviceanalyse durchzuführen oder eine Prozessanalyse. Bei der Beantwortung dieser Fragen kann eine zweidimensionale Bewertung mit dem MITO-Methoden-Tool in Bezug auf Umsatz/Gewinn und Kosten/Aufwand helfen. Die Ergebnisse der Umsatz- und Gewinnbetrachtung bzw. Bewertung sowie der Kosten- und Aufwandbetrachtung lassen sich in dem in Abbildung 1 gezeigten Portfoliodiagramm grafisch abbilden. In diesem Portfoliodiagramm sind dann auch die Handlungsfelder innerhalb der 4 Quadranten eingetragen, die für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung besetzt werden sollten.



Q-Meth-743.PPT

Abbildung 1: MITO-gestützte Businessmodell-Umsetzungsanalysen

Wie Abbildung 1 zeigt, sollten im oberen rechten Portfoliodiagrammsegment Prozessanalysen durchgeführt werden, wenn die Umsätze zufriedenstellend sind, d. h. also genug Kunden vorhanden sind und die Produkte oder Serviceleistungen nachfragen. Wenn die die Produkt- oder Serviceherstellung allerdings bei zu hohen Kosten erfolgt und keine Gewinne realisiert werden können, sollten die Prozesse vereinfacht und beschleunigt werden. Durch eine gezielte Prozessanalysegestaltung als Hauptansatz ist ein effizienter und effektiver Prozess so zu gestalten, dass er verschwendungsarm und fehlerfrei verläuft. Sollten allerdings die Umsätze sehr gering sein und auch die Kosten für die Produkterstellung sich im niedrigen Bereich bewegen, geht es hier primär um die Gewinnung neuer Kunden durch neue Produkte und Serviceleistungen.

Deshalb ist im unteren linken Segment des Portfoliodiagramms hier eine Produktanalyse erforderlich. Ziel ist es also, für den Kunden einen höheren Kundennutzen durch die verbesserte Produkt- und Dienstleistung zu erzeugen. Im rechten unteren Segment sollten zu diesen Produktanalysen auch noch Prozessanalysen dann durchgeführt werden, wenn neben den zu niedrigen Umsätzen auch die Kosten und Aufwendungen zu hoch sind. Hier ist also eine integrierte Prozess- und Produktanalyse durchzuführen. Der anzustrebende Zielbereich des Businessmodells liegt, wie gezeigt, im oberen linken Segment, d. h. also bei hohen Umsätzen und Gewinnen und niedrigen Kosten und Aufwendungen. Auf diese Weise ist die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens gesichert. Durch die Produkt- und Prozessanalysen sollte sich also die Wettbewerbssituation so ändern, dass die Ergebnisse im gezeigten oberen linken Zielbereich zugeordnet werden können.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme. Weitere Informationen dazu finden Sie unter www.pbaka.de

PROF. BINNER AKADEMIE GmbH

Berliner Str. 29, 30966 Hemmingen,

Telefon (0511) 84 86 48-12, Telefax (0511) 84 86 48-19,

eMail: info@pbaka.de, Internet: www.prof-binner-akademie.de