5 SCHRITTE ZUR GESCHÄFTSSTRATEGIE ZU PERU (TEIL 3 – INTERNE FAKTOREN – WAS BEI DIR INTERN ALLES PASSIERT)

Posted on 24. September 2021

Ana ist eine Peruanerin aus Lima, die seit einigen Jahren in Deutschland verheiratet ist. Inzwischen hat sie ihr eigenes kleines Geschäft im Bereich 3D-Druck für Symbole aus Peru aufzubauen. Allerdings ist das Problem, dass vele potentielle Kunden sagten, dass sie ganz gerne kaufen würden, immer wieder aber abwarteten. "Te quiero comprar, te voy a comprar, me encaaaantan tus cosas, pero mas allá, ahora tenemos que ver que pasa". Sie dachte immer und immer wieder: "Es ist noch mehr drin, es ist noch mehr drin". Jetzt beschäftigt sich Ana mit der allgemeinen Situation außerhalb ihrer kleinen Firma, mit den Faktoren die Ana nicht beeinflussen kann und doch auf ihr Geschäft wirken.

Schritt: Analyse der internen Faktoren

1. Die Analyse ihres Geschäftsaufbaus (Wertkettenanalyse)

Unterstützende Aktivitäten

Unternehmensführung	Planung Umsätze 3D, Kalkulation Produkte 3D
Personalwirtschaft	Ausbildung 3D Mitarbeiter
Technologieentwicklung	neue Produkte entwicklen, neue Materialien ausprobieren
Beschaffung	Einkauf Materialien, Einkauf Maschinen

Primäre Aktivitäten

Eingangslogistik	Lager-haltung von Materialien für 3D Druck Einkauf Zeich-nungen
Operationen	Einscannen Bilder drucken verpacken
Ausgangslogistik	Lager der gedruckten Teile, Ver-sendung Gegen-stände
Marketing & Vertrieb	Mund-zu-Mund Propa-ganda kein strukturier-ter Vertrieb Preise einzeln aushandeln
Kundendienst	Keiner vor-handen

2. Erfahrungskurven

Schätzung der tatsächlichen bisherigen kumulierten Produktionsmenge und die Entwicklung der Erfahrungskurve.

verkaufte kumulierte Menge	1	x2	x4	x8	x16
X = Erfahrungskurve vorhanden					
Scanning, Pläne und Zeichnungen	X	X	X	X	
Scanning Kunstwerke	X	X	X		
Ohreinsätze	keine				
Material Kunststoff	X	X			
Ma3. terial Schokolade	X	X	X		
Material selbstentwickelt flüssiges Holz	X	X	X	X	X

3. Kundenzufriedenheit

Qualität, Preis	Nicht zufrieden	Wenig zufrieden	Zufrieden	Sehr zufrieden
B2B – Selbstständige			X	
B2B – Unternehmen				X
Öffentlicher Sektor und Institutionelle			X	
B2C			X	

4.Markwachstums-Marktanteil-Portfolio Analyse nach BCG

	Erfahrungskurve	**Erfahrungskurve**
Produktlebenszyklus	**Question mark** Replikate Haustiere/Pferde Schuheinlagen Särge Ohreinsätze Souvenirs	**Stars** Videos von Drohnen Scanning Kunstwerke Miniaturen, Ersatzteile persönliche Replikate Pokale und Trophäen
Produktlebenszyklus	**Poor dog** Prototypen Schule	**Cash Cow** Scanning Pläne medizinische Modelle

5. Mitarbeiterassessment

Mitarbeiter	Qualifikationen	Bedeutung Qualifikation Kundennutzen	Verfügbarkeit Qualifikation	Qualifi-kations-lücke	Maßnahmen
Geschäftsführer	Führungskraft Druck 3D-Druck 3-D Material Vertrieb	Hoch niedrig hoch hoch hoch	Hoch niedrig hoch mittel hoch	3D-Material	Austausch mit Forschungsinstituten, mit 3D Druck Verbänden
1 Mitarbeiter	Drucker 3D-Druck 3D-Material	Niedrig hoch hoch	Niedrig mittel mittel	3D-Druck 3D-Material	Austausch mit 3D Druck Maschinenherstellern