

Thema 1

Demoprobleme im Vertrieb eines Softwareherstellers

Aufgabenstellung:

Ein deutsches Softwareunternehmen stellt hochwertige Software für Firmenkunden zur Planung, Abwicklung und Steuerung von Projekten her (Projektmanagement-Software). Mittlerweile vertreibt man das Produkt auf dem nordamerikanischen Markt, in verschiedenen europäischen Ländern sowie in ausgewählten asiatischen Ländern. Sprachversionen in Englisch, Deutsch, Französisch und Spanisch existieren, weitere sind in Planung.

Probleme bereiten dem Unternehmen die bis dato relativ unkoordiniert durchgeführten Produktdemos, d.h. jeder Vertriebsmitarbeiter wie auch jede Vertriebsregion hat in der Vergangenheit ihre eigenen ‚Demostrategien‘ entwickelt und dabei zusätzlich individuelle Demosysteme/-landschaften aufgebaut. Dabei ist es u.a. in der Vergangenheit auch vorgekommen, dass das Produkt bspw. einem global tätigen Kaufinteressenten von einzelnen Verkaufsniederlassungen unterschiedlich demonstriert wurde, so dass der Kaufinteressent die Vermutung äußerte, der Softwarehersteller vertreibe mehrere Versionen dieser Software. Nicht zuletzt werden durch eine fehlende Demostrategie erhebliche Kosten verursacht und mögliche Synergiepotentiale übersehen.

Umsatz des Unternehmens: 500 Mio. Euro / Jahr;

Anzahl Mitarbeiter gesamt: 2000

Anzahl Mitarbeiter im Vertrieb und vertriebsnahen Organisationen: 500

Organisation des Vertriebs: Regional organisiert; eigene Niederlassungen in den USA, Frankreich, UK, Singapur und Deutschland

Produkte/Services: 1-Produkt-Unternehmen (Projektmanagement-Software), Einnahmen aus Softwarelizenzen (60%), Wartung (25%) und Beratung (15%).

Markt: Nordamerika, UK, F, D, ES, Benelux, AUS, NZ, Singapur, langsam ansteigendes Geschäft in Nordeuropa und Südamerika

Produktkurzbeschreibung: Software zur vollständigen Unterstützung des Projektgeschäfts; geeignet für alle Unternehmen, die größere Projekte ‚managen‘ müssen wie bspw. Entwicklungsprojekte, Installationsprojekte, Dienstleistungsprojekte, usw. Die Software unterstützt alle Projektmitarbeiter, Projektleiter und Projektcontroller sowie mit ihren strategischen Analysetools (Project-Forecasts, Auslastungscontrolling, etc.) sämtliche Führungskräfte des Anwenders. Entsprechend sind auch die Produktdemos auf die verschiedenen Anwendergruppen auszurichten.

Entwickeln sie eine ‚Demostrategie‘ für den Softwarehersteller zur optimalen Unterstützung des Vertriebs. Beschreiben sie auch einen Vorschlag zur Implementierung (Vorgehensweise der Einführung) wie auch zu ggf. durchzuführenden notwendigen organisatorischen Maßnahmen.