

WTT
YOUNG
LEADER
AWARD
qualified

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Managementkonzeption
für die Caymland Technologies AG

«Schatz, stell die Gummistiefel ins Schaufenster, es regnet!»

Der Titel bezieht sich auf die Möglichkeiten von Ares4, einer neuartigen Technologie und einem Denkmodell für agile Digitalpräsenzen. Ares4 hat die Fähigkeit, Inhalte über ihre Charakterisierung oder gesteuert über externe Sensordaten dynamisch auf Digitalpräsenzen anzuzeigen. Ziel der Projektarbeit ist es, ein unkonventionelles Marketingkonzept für eine erfolgreiche Markteinführung von Ares4 in der Schweiz zu erstellen.

Caymland Technologies AG

Die Caymland Technologies AG wurde im Mai 2017 von Dieter Herzmann und Tobias Heimpel gegründet. Sie fungiert innerhalb des Vertriebsnetzes von Ares4 als Länderniederlassung mit Sitz in St.Gallen. Die Aufgabe der Caymland Technologies AG in der Markteinführung von Ares4 besteht in der Gewinnung geeigneter Kunden und passender Vertriebspartner.

Methodik

Als Basis erstellte das Projektteam eine SWOT-Matrix zu Ares4. Die Caymland Technologies AG zielt bei Ares4 auf eine kundenorientierte Strategie ab, deshalb rückte auch das Projektteam die Person innerhalb eines Unternehmens in den Fokus. Durch verschiedene Sichtweisen, Umfragen und Experteninterviews charakterisierte das Projektteam den idealen Buyer-Typen. Anschliessend wurden mittels Experteninterviews für die Markteinführung vielversprechende Branchen eruiert.

Ergebnisse

Ares4 positioniert sich auf dem Schweizer Markt als KMU-taugliches Tool, das die Erstellung von dynamischen Digitalpräsenzen ohne Programmierkenntnisse ermöglicht. Von der Entwicklung weiterer Bausteine bis zur Ergänzung des Serviceangebots wurden sechs strategische Handlungsoptionen abgeleitet. Um Ares4 erfolgreich verkaufen zu können, müssen dem Buyer-Typ seine <<hidden problems>> treffend aufgezeigt werden können. Der Buyer-Typ ist mit Alter, Ausbildung und soziografischen Merkmalen beschrieben. Als Hauptziel dieses Praxisprojekts wurde ein konsistentes Marketingkonzept für eine erfolgreiche Markteinführung in der Schweiz ausgearbeitet. Das Marketingkonzept zielt auf den Buyer-Typen ab und zeigt die KMU-tauglichkeit auf. Es ermöglicht einen neuen Ansatz zur Marketingsteuerung.

www.fhsg.ch/praxisprojekte



Word Cloud zu Ares4.

Quelle: eigene Darstellung.

PRAXISPROJEKT 3 Managementkonzeption 2017

Projektteam (v. l. n. r.)

Sebastian Naef, Untereggen
Marco Solenthaler, Heiden
Nicolas Würmli, St.Gallen, Projektleiter
Philipp Gemperle, Waldkirch

Kundschaft

Caymland Technologies AG, St.Gallen
Dieter Herzmann, Verwaltungsratspräsident
www.ares4.com



Digitalisierung ist mehr als Bestehendes digital abzubilden. Das hat die Projektgruppe schnell verstanden und war bereit, selbst mit neuen Denkansätzen an die Aufgabe heranzugehen. Das Ergebnis ist ein für klassische Unternehmen ungewöhnliches Marketingkonzept, das für unser StartUp jedoch eine wichtige Grundlage darstellt. Danke.

Coach

FHS St.Gallen
Thomas Schirmer, Dipl.-Ing. FH



Ares4 ist anders. Das Ares4-Marketing muss folglich ebenfalls anders sein. Es fokussiert auf einen Buyer-Typ, nicht auf eine Zielgruppe. Ares4 passt sich nicht dem Kunden an, sondern krepelt das Marketing des Kunden um. So eine Aufgabenstellung verdient den Namen Praxisprojekt und verlangt innovative Denkarbeit, hartnäckige Zielorientierung und trotzdem hohe Methodenkompetenz.