

# Abstract

## **Titel: Prozesskonzeption für ein Energieversorgungsunternehmen: Prozess Vertrieb Bau/Planung**

**Kurzzusammenfassung:** Im (teil-)liberalisierten Strommarkt sind die Energieversorgungsunternehmen mit neuen Rahmenbedingungen konfrontiert. Dies führt dazu, dass die Unternehmen sich an diese anpassen müssen. Die Bachelor Thesis behandelt die Konzeption des Prozesses *Vertrieb Bau/Planung* für ein Energieversorgungsunternehmen. Damit die Kundenbedürfnisse, die Bedürfnisse der Eigentümer des Unternehmens (wie zum Beispiel dem Unternehmen übergeordnete, politisch verabschiedete Konzepte) und die Unternehmensziele aufeinander abgestimmt werden können, ist es notwendig, einen Verkaufsprozess zu definieren, der in diesem Spannungsfeld bestehen kann. Im Rahmen der Arbeit wurde eine interne Analyse der Strukturen erstellt und daraus ein Prozess konzipiert, der auf das Unternehmen zugeschnitten ist.

**Verfasser/-in:** Philipp Heim

**Herausgeber/-in:** Lothar Natau

**Publikationsformat:**

- BATH
- MATH
- Semesterarbeit
- Forschungsbericht
- Anderes

**Veröffentlichung (Jahr):** 2011

**Sprache:** Deutsch

**Zitation:** Heim, P. (2011). *Prozesskonzeption für ein Energieversorgungsunternehmen: Prozess Vertrieb Bau/Planung*. (Unveröffentlichte

Bachelor Thesis). FHS St.Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

**Schlagwörter** (3-5 Tags): Prozesskonzeption, Geschäftsprozessmanagement, Verkaufsprozess, Energieversorgungsunternehmen

**Ausgangslage, Ziel, Vorgehen, Erkenntnisse, Literaturquellen**

Die Bachelor Thesis umfasst die Prozesskonzeption des Prozesses *Vertrieb Bau/Planung* für ein Schweizer Energieversorgungsunternehmen. Dieser Prozess soll die Verkaufsaktivitäten des Unternehmens mit den Kundenbedürfnissen, den übergeordneten Zielen der Eigentümer und den Unternehmenszielen abstimmen. Folgende Ziele wurden für dieses Projekt festgelegt:

1. Die Visualisierung der Ist-Prozesse *Vertrieb Bau/Planung* der verschiedenen Unternehmensbereiche liegen vor.
2. Der Makroentwurf des Prozesses *Vertrieb Bau/Planung* liegt vor.
3. Ein detaillierter Massnahmenplan zur Implementierung des Prozesses *Vertrieb Bau/Planung* liegt vor.

Der Aufbau der Arbeit kann der folgenden Darstellung entnommen werden.

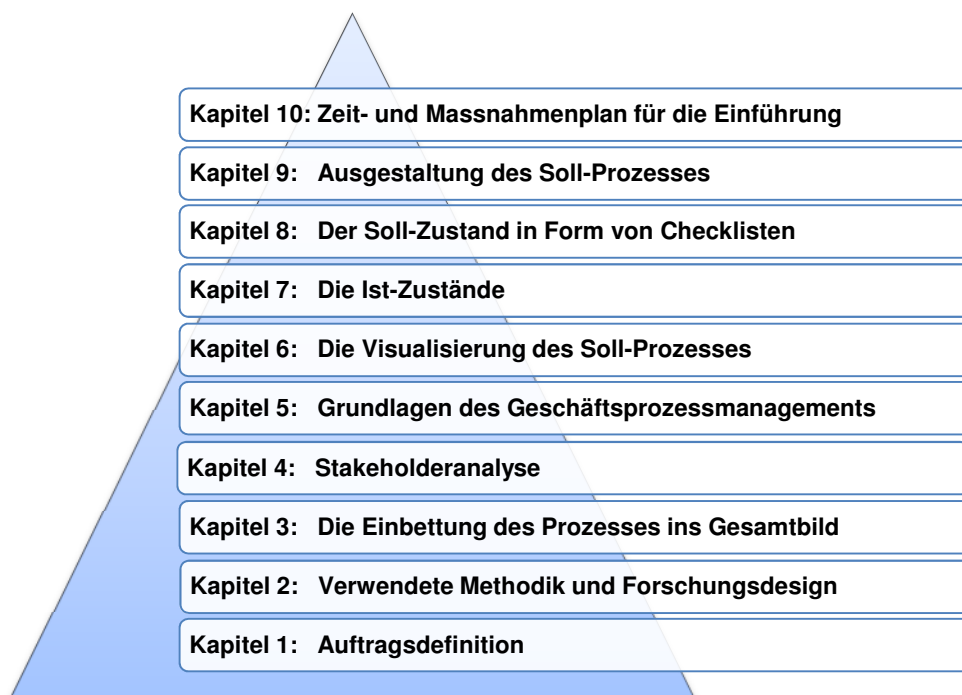


Abb. 1: Der Aufbau der Arbeit.

Quelle: eigene Darstellung

Im Kapitel 1 ist die Auftragsdefinition, die vom Studenten mit der Kundschaft und dem Dozenten ausgearbeitet wurde, beschrieben. Kapitel 2 definiert die verwendete Methodik und das Forschungsdesign. Um das Gesamtbild, in dem der Prozess *Vertrieb Bau/Planung* eingebettet ist, zu verstehen, wurde dieses in Kapitel 3 beschrieben. Dort wird hauptsächlich auf die übergeordneten Ziele der Eigentümer und die Eingliederung des Prozesses in die bestehenden Prozesse des Energieversorgungsunternehmens eingegangen. Kapitel 4 beschreibt die Ergebnisse der durchgeführten Stakeholderanalyse. Diese wurde durchgeführt, um die Anforderungen der Anspruchsgruppen an den Prozess *Vertrieb Bau/Planung* zu eruieren. In Kapitel 5 sind die Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements dargelegt. Auf diesen baut die eigentliche Prozesskonzeption in Kapitel 6 auf. Gefolgt auf die Umschreibung des Soll-Prozesses in diesem Kapitel sind die Ist-Zustände beschrieben, die durch Experteninterviews mit Spezialisten der verschiedenen Unternehmensbereiche in Erfahrung gebracht wurden (Kapitel 7). Kapitel 8 stellt den Soll-Prozess in der Form von Checklisten dar, während Kapitel 9 die Ausgestaltung des Prozesses beschreibt. In diesem Kapitel wird das Prozesscontrolling sowie die organisatorische Einbindung des Prozesses ins Unternehmen definiert. Im letzten Kapitel wird ein Vorschlag bezüglich eines Zeit- und Massnahmenplans für die Einführung des Prozesses *Vertrieb Bau/Planung* aufgezeigt.

## Der Soll-Prozess

Der Prozess wurde in drei Teilprozesse unterteilt (siehe folgende Abbildung):



Abb. 2: Darstellung des Prozesses *Vertrieb Bau/Planung* auf der Makroprozess-Ebene.

Quelle: eigene Darstellung.

Die folgende Tabelle zeigt den Input, den Output, das Prozessobjekt, die Schnittstellen und die Abgrenzung für die drei Teilprozesse.

Ausprägung	Teilprozess 1: Verkaufsplanung	Teilprozess 2: Offerterstellung	Teilprozess 3 Auftragsabschluss
<b>Input</b>	Produkt/Dienstleistung	Kundenbedürfnis	Bestellung
<b>Output</b>	Potenzielle Kunden	Offerte mit Bestellformular	Interner Auftrag
<b>Prozessobjekt</b>	Planung, Kundenanfrage	Offerte	Vertrag
<b>Schnittstellen</b>	Innovationsprozess; TP 2: Offertstellung; Beratungsprozess	TP 1: Verkaufsplanung; TP 3: Auftragsabschluss; Beratungsprozess	TP 2: Offerterstellung; Auftragsabwicklungsprozess
<b>Abgrenzung</b>	Planung des Verkaufs, beinhaltet nur die Kundenanfrage, aber noch keine Offerterstellung. Es werden nur potenzielle, interessierte Kunden eruiert	Erstellung der Offerte, beinhaltet alle relevanten Abklärungen zur Erstellung einer Offerte, es wird noch kein Vertrag abgeschlossen, beziehungsweise keine Bestellung ausgelöst	Abschluss des Auftrages und Weitergabe an die ausführenden Stellen

Tab. 1: Übersicht über die drei Teilprozesse und deren gegenseitige Abgrenzungen.

Quelle: eigene Darstellung.

Diese drei Teilprozesse lassen sich weiter in einzelne Prozessschritte aufteilen. Die detaillierte Beschreibung der Teilprozesse und der Prozessschritte können dem Kapitel 6.2 entnommen werden. Dem Kapitel 8 können die einzelnen Prozessschritte mit den dazugehörigen Aktivitäten in der Form von Checklisten entnommen werden.

### Ausgestaltung des Soll-Prozesses

Zur Steuerung und Verbesserung des Prozesses wird in Kapitel 9.1 ein Prozesscontrolling erarbeitet. Dieses setzt sich aus folgenden fünf Kennzahlen zusammen:

- Kundenzufriedenheit
- Prozessqualität
- Prozesszeit
- Termintreue
- Prozesskosten

Diese fünf Kennzahlen können in einem Prozesscockpit zusammengefasst werden. Wird dieses mit der Methode des PDCA-Zyklus gesteuert, entsteht ein optimales Tool zur kontinuierlichen Verbesserung des Geschäftsprozesses.

Damit der Prozess *Vertrieb Bau/Planung* optimal funktionieren kann, wird das Prozessteam aus den bestehenden Bereichen herausgelöst und in einen eigenen Bereich überführt – also zentralisiert. Die Vor- und Nachteile einer solchen Zentralisation können der

nachfolgenden Abbildung entnommen werden. Die dazugehörigen Ausführungen können dem Kapitel **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** entnommen werden.

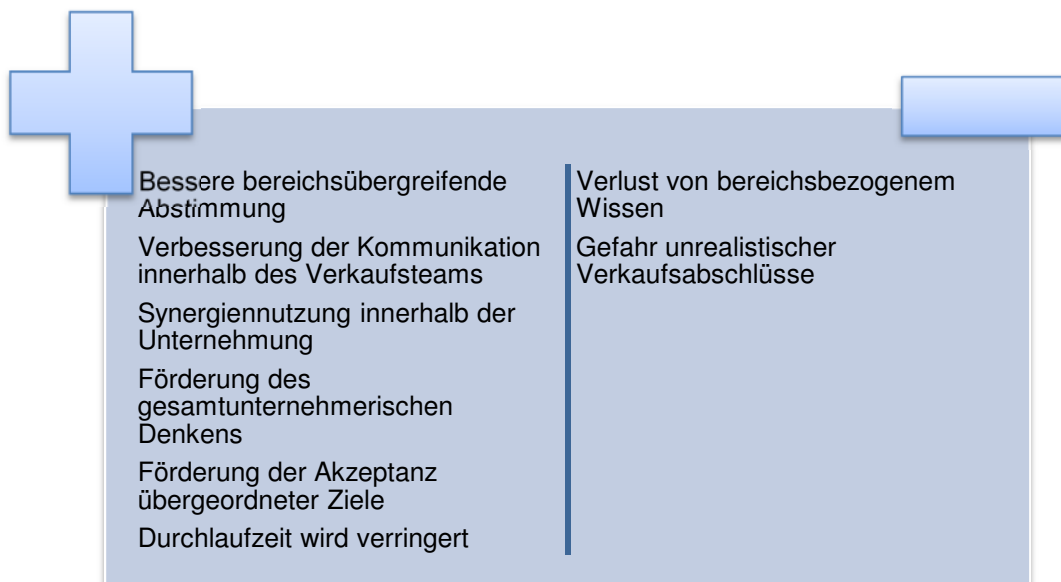


Abb. 3: Vor- und Nachteile der Zentralisierung des Verkaufs.

Quelle: eigene Darstellung.

### Zeit- und Massnahmenplan für die Einführung

Im letzten Kapitel wird ein mögliches Vorgehen zur Implementierung des Prozesses im Unternehmen aufgezeigt. In der folgenden Abbildung ist das vorgeschlagene Vorgehen ersichtlich.

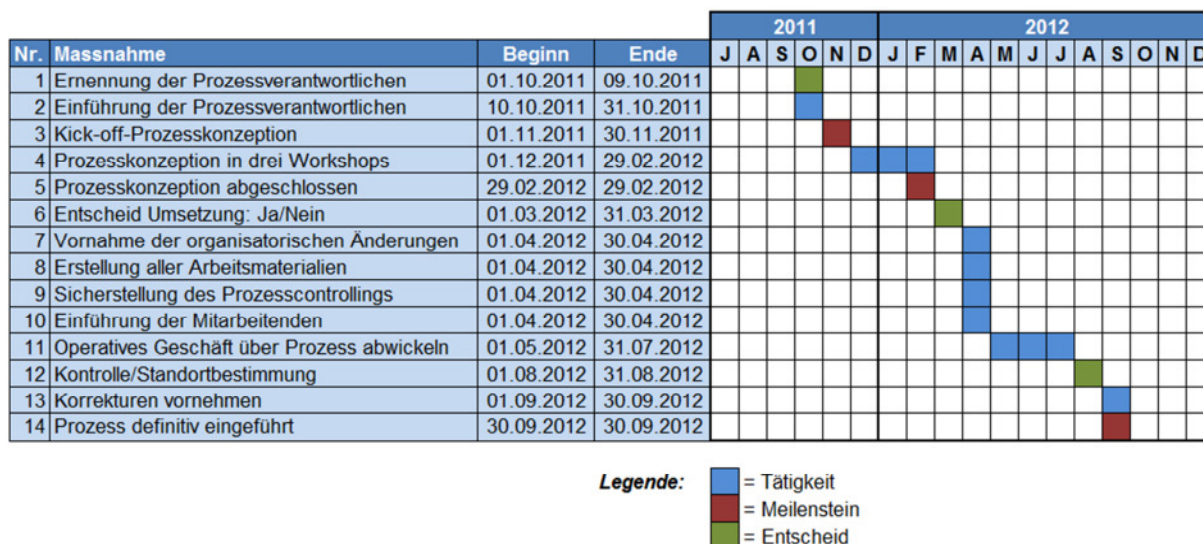


Abb. 4: Zeit- und Massnahmenplan für die Einführung des Prozesses

Quelle: eigene Darstellung.

Als erste Massnahme werden die Prozessverantwortlichen ernannt und in das Vorhaben und die Thematik des Geschäftsprozessmanagements eingeführt. Danach wird in einer

ersten Phase der Prozess nochmals überarbeitet. Dieser Schritt dient hauptsächlich dazu, ein gemeinsames Verständnis des Prozesses zu erarbeiten und zur Aneignung des notwendigen Wissens durch die zukünftigen Prozessverantwortlichen. Nachdem der Entscheidung zur Umsetzung gefallen ist, werden die notwendigen organisatorischen Änderungen umgesetzt, die Arbeitsmaterialien erstellt, das Prozesscontrolling sichergestellt und der Prozess auf den operativen Betrieb vorbereitet. Darauf folgend werden die Mitarbeitenden eingeführt und der Prozess wird ein erstes Mal operativ abgewickelt. Nach einer dreimonatigen Testphase werden die gesammelten Informationen ausgewertet und die notwendigen Korrekturen am Prozess vorgenommen. Ende September 2012 wird der Prozess definitiv eingeführt.