

Abstract

Titel: Akquisitions- und Vertriebskonzept für Projektmanagement Beratungsleistungen

Kurzzusammenfassung: Der Markt für Beratungsleistungen für Unternehmen wächst nach wie vor und ist extrem differenziert. Ein Bereich sind Beratungsleistungen für Projektmanagement. Diese Methodenkompetenz hat heute in den Unternehmen eine sehr hohe Bedeutung und wird noch wichtiger werden. Unternehmen werden durch Projekte verändert und weiter entwickelt. Trotzdem bestehen heute Lücken in der Projektmanagement Ausbildung. Diese Arbeit untersucht, nach welchen Kriterien Unternehmen Beratungsleistungen extern einkaufen. Aus den Erkenntnissen wird ein Akquisitionskonzept für Projektmanagement Mandate erstellt.

Autor(en): Willi Mettler

Herausgeber/-in: Markus Näf

Publikationsformat: BATH
 MATH
 Semesterarbeit
 Forschungsbericht
 Anderes

Veröffentlichung (Jahr): 2010

Sprache: Deutsch

Zitation: Mettler, W. (2010). Akquisitions- und Vertriebskonzept für Projektmanagement Beratungsleistungen FHS St.Gallen – Fachhochschule St.Gallen: Bachelor Thesis.

Schlagwörter (Tags): Vertrieb, Dienstleistungsmanagement, Projektmanagement, KMU

Ausgangslage, Ziel, Vorgehen, Erkenntnisse, Literaturquellen

Ausgangslage: Ein mittelständisches Beratungsunternehmen für Projektmanagement Dienstleistungen möchte für das strategische Geschäftsfeld Projektberatung die Akquisition von Mandaten im Schweizer Markt verbessern und den Umsatzanteil markant erhöhen.

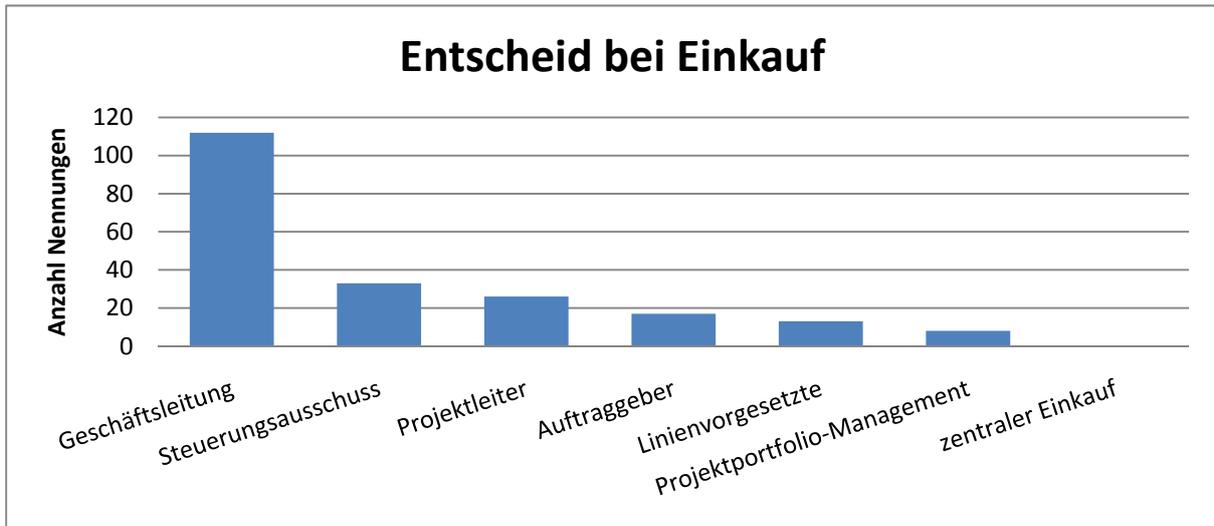
Ziel dieser Bachelor Thesis ist es, zu untersuchen wie Unternehmen Beratung einkaufen und was ihre Bedürfnisse sind. Daraus abzuleiten sind danach konkrete Massnahmen, welche ein Akquisitionskonzept bilden.

Das **Vorgehen** gliedert sich wie folgt: Zuerst wird der Beratungsmarkt analysiert und beschrieben. Danach wird eine Situationsanalyse der Unternehmung durchgeführt und eine SWOT-Analyse erstellt. Mittels einer Online-Umfrage werden die Organisation und die Bedürfnisse betreffend Beratungsakquisition abgefragt und analysiert. Die vorhandene oder Fehlende Kongruenz zwischen SWOT-Analyse und Umfrage bildet anschliessend die Grundlage für das Erarbeiten des Akquisitionskonzeptes und der Massnahmen. Zudem wird für die Erstellung des Akquisitionskonzeptes Zeitgemässe Theorie beigezogen betreffend Strategie und Marketing.

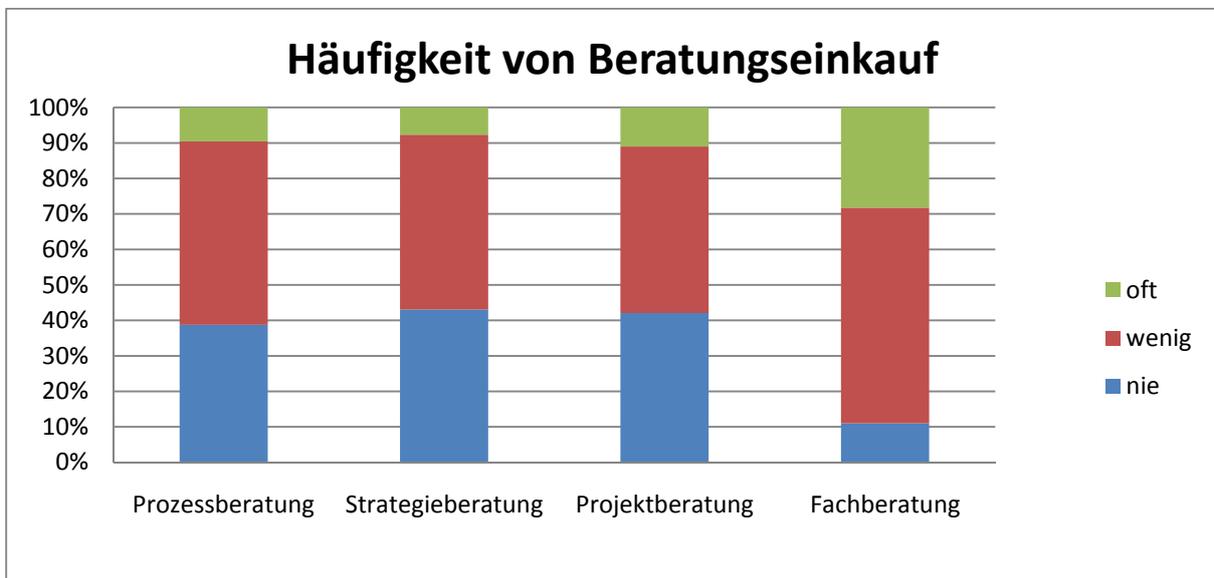
Die **Erkenntnisse** aus der Untersuchung sind folgende:

Der Markt der Beratung ist noch relativ neu, trotzdem herrscht grosse Konkurrenz. Dies ist zurückzuführen auf einen regelrechten Boom, der kontinuierlich aussergewöhnliche Umsatzsteigerungen und dadurch Wachstum ermöglicht. Durch das schnelle Wachstum der Branche entstanden grosse Beratungsunternehmen, welche den Markt dominieren. Durch die Konkurrenz im Markt wurde ebenfalls die Diversifikation vorangetrieben, wodurch heute spezialisierte Angebote für beinahe alle Aufgabenfelder vorzufinden sind. Zudem ist der Beratungsmarkt sehr schnelllebig und durch sehr unterschiedliche Definitionen unübersichtlich. Dies macht es schwierig beinahe unmöglich Angebote Ein- und Abzugrenzen. Experten sehen in Zukunft eine Entwicklung in Richtung Netzwerke und Beratung aus einer Hand. Ein weiterer Trend ist die Systemische Beratung, wo der Berater nur noch die Koordination, Leitung und das Schaffen von geeigneten Anlässen übernimmt. Ebenfalls wird ein Wert- und Nutzendenken sowie Effizienz-Optimierung menschlicher Leistung Stellenwert gewinnen. Die betriebswirtschaftliche Orientierung wird dadurch verdrängt werden. Demzufolge könnte die Beratung nachhaltiger werden, da Werte sich nur langsam ändern.

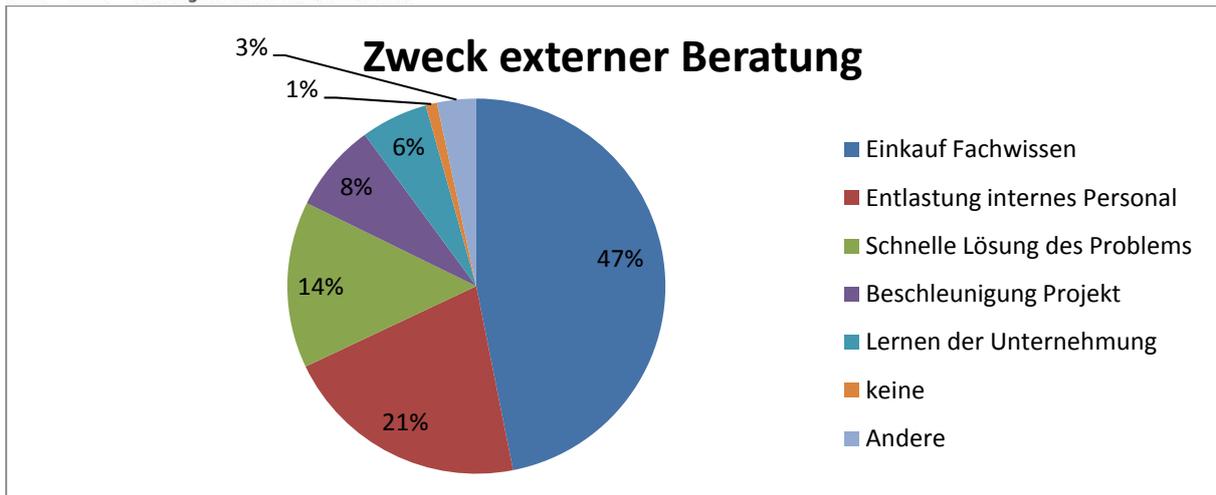
Ob und wann Beratung eingekauft wird, wird am meisten durch die Geschäftsleitung entschieden.



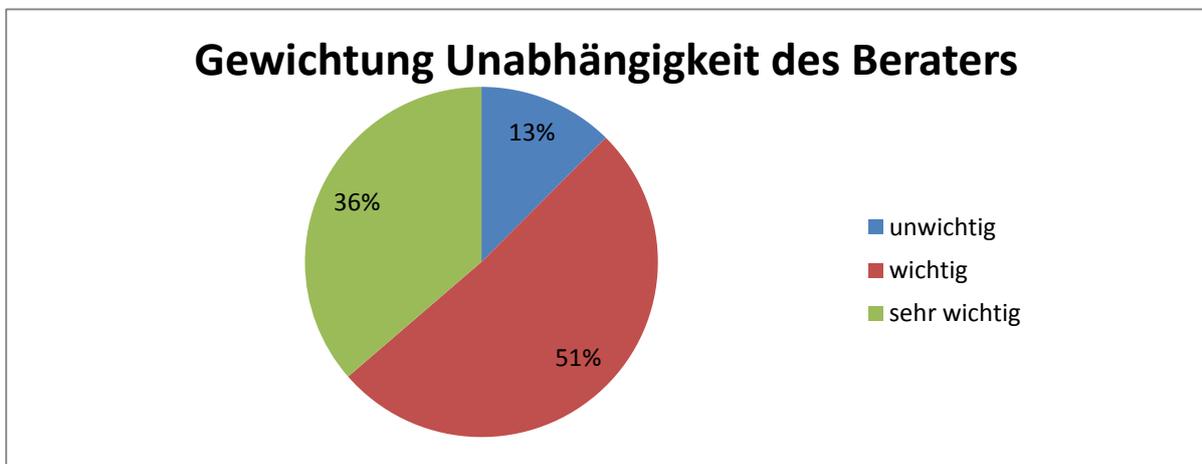
In den sechs abgefragten Problemen in Unternehmungen (Kostenproblem, fehlendes Fachwissen, Ressourcenengpass, Zeitdruck, Projektspitzen und Konflikte im Team) ist jeweils kein Einkauf am stärksten ausgeprägt, ausser bei fehlendem Fachwissen und Ressourcenengpässen. In diesen Fällen wird am meisten Fachberatung beigezogen. Fachberatung wird am meisten eingesetzt, danach folgen Prozess- und Projektmanagementberatungen. Strategieberatung wird am wenigsten eingekauft. Dies zeigt sich auch in der Häufigkeit der Beratungseinkäufe:



Zweck von Unternehmensberatung ist meistens der Einkauf von Fachwissen und die Entlastung des internen Personals. Lernen der Unternehmung hat keinen grossen Stellenwert.



Mehr als 85 % der Befragten ist die Unabhängigkeit des Beraters mindestens wichtig bis sehr wichtig.



Die Zentralen Kriterien bei der Beraterwahl sind in Absteigender Wichtigkeit Branchenerfahrung, persönlicher Kontakt, Qualifikationen Beraterteam, Seniorität (Erfahrungen), der Preis sowie Technologieerfahrung. Diese Faktoren machen bereits 80 % der gesamten Nennungen aus.

