



Business Development – Mehr als ein Buzzword (Teil 2 von 2)

TellSell Consulting verknüpft kreative Methoden mit einer strukturierten Vorgehensweise zur Entwicklung und Umsetzung von markt- und zukunftsfähigen Geschäftsmodellen.

Egal ob Newcomer oder am Markt etabliert, viele Unternehmen haben erkannt, wie wichtig es ist, laufend über Neuerungen oder Änderungen der Geschäftstätigkeit nachzudenken. Ein Beispiel ist das Unternehmen „Speedo“. Seit 1928 verkauft Speedo Badebekleidung, im Zweiten Weltkrieg verdiente die Firma mit der Produktion von Moskitonetzen ihr Geld, um sich anschließend dem Ausbau ihrer Produktpalette zu widmen – MP3-Player, Freizeitbekleidung, Schwimmbrillen, Ohrstöpsel, Handtücher, Schwimmbretter, Uhren und Sandalen können heute unter der Marke Speedo erworben werden. Der letzte Geniestreich der Ingenieure von Speedo war die Erfindung eines innovativen Badeanzuges, der den Wasserwiderstand beim Schwimmen deutlich reduziert und sicherlich mit dazu beitrug, dass der Ausnahmesportler Michael Phelps bei Olympia acht Goldmedaillen erschwamm. Dieses Beispiel zeigt, dass Unternehmen kontinuierlich auf der Suche nach Möglichkeiten sein müssen, um Kundenerwartungen zu übertreffen.

Mit Business Development als systematische Erschließung und Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen (vgl. Teil 1 der Spotlight-Serie) und dem TellSell Business Development Cube® liegt das grundlegende Werkzeug vor, um mögliche Entwicklungspfade zu identifizieren und umzusetzen. Das strukturierte Vorgehensmodell zur kontinuierlichen Durchführung des Business-Development-Prozesses soll im vorliegenden Spotlight weiter detailliert werden.

Warum brauchen wir einen strukturierten Business-Development-Prozess?

Haben Sie schon einmal mit geschlossenen Augen mit Pfeil und Bogen auf ein Ziel geschossen? Hand aufs Herz, wie hoch war Ihre Trefferquote?



Wir möchten diese Analogie fortführen und Ihnen an dieser Stelle das „Zielen und Schießen“ zur Entwicklung Ihres Unternehmens näher bringen.

Schießen Sie ohne eine Orientierungshilfe (Visier) auf die Zielscheibe, so wird mit hoher Wahrscheinlichkeit Ihre Trefferquote relativ gering sein. Unter Umständen können Sie sich über den einen oder anderen Glückstreffer freuen, erleiden aber grundsätzlich hohe Streuverluste und merken schnell, dass die glücklichen Treffer nicht reproduzierbar sind. Schießen Sie hingegen mit einem Visier, welches exakt auf Sie eingestellt ist, berücksichtigen Sie Windstärke, -richtung und Sonnenstand, trainieren Sie häufig und ist der Bogen auf Ihre Körpergröße eingestellt, so werden sich Ihre Ergebnisse deutlich verbessern.

An dieser Stelle werden Sie fragen: „Was hat das nun mit Business Development zu tun?“ Ganz einfach: Genau wie erfolgreiches Bogenschießen erfordert erfolgreiches Business Development ein geplantes und strukturiertes Vorgehen anstelle von „blindem“ Aktionismus. Die jeweilige Business-Development-Methode muss auf das Unternehmen und dessen Umfeld eingestellt sein. Externe Faktoren wie Wettbewerb und Trends müssen Berücksichtigung finden.

Doch wohin sollen Sie schießen, wenn Sie mehrere Zielscheiben haben?

Am Besten schießen Sie auf das Geschäftsmodell mit der langfristig höchsten Erfolgswahrscheinlichkeit bzw. der höchsten Gewinnchance oder Profitabilität für das Unternehmen. Das Geschäftsmodell mit der höchsten Wertschöpfung muss anschließend immer wieder nachjustiert werden, da Unternehmen in einem dynamischen Umfeld agieren.

Die profitablen und zukunftsfähigen Geschäftsmodelle können jedoch ohne Hilfsmittel nicht zweifelsfrei identifiziert werden und auch eine ausgefeilte Methodik zum Aufbau von Geschäftsmodellen wird hier nicht ausreichen. TellSell Consulting verwendet deshalb den bereits vorgestellten TellSell Business Development Cube® in Kombination mit einem erprobten Business-Development-Prozess, um zügig und ohne Streuverluste das richtige Geschäftsmodell zu identifizieren.



Wie funktioniert der TellSell-Consulting-Business-Development-Prozess?

Unser sechsstufiges Business-Development-Vorgehensmodell erstreckt sich von der Analysephase über die Geschäftsmodellkonzeption bis hin zur Umsetzung – dabei begleiten wir unsere Klienten dauerhaft in ihrer Entwicklung.

In der Analysephase erarbeiten wir mit unseren Kunden wichtige branchenspezifische Trends, aktuelle Herausforderungen der Branche und des Unternehmens sowie einen Überblick über den Markt, Kunden und Wettbewerber mittels Benchmarking und Trendscouting. In dieser Phase werden z. B. Fragen nach den rechtlichen, politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen sowie innovativen Ansätzen im Unternehmensumfeld beantwortet.

Die Analyse der aktuellen Branchentrends und der Unternehmenskernkompetenzen ermöglicht es, in einem anschließenden Prozess kreative Ideen zu generieren und zu sammeln. Hierbei setzen wir verschiedene Kreativitätstechniken im Rahmen von (Kunden-) Workshops ein. Am Ende dieser Phase

steht in der Regel eine Ideenlandkarte mit geclusterten Geschäftsideen, die potenzielle Handlungsfelder aufzeigt.

Diese Ideen werden im nächsten Schritt einem strukturierten Bewertungsprozess unterzogen. Dieser beinhaltet eine Priorisierung von Bewertungskriterien sowie die Identifikation von K.O.-Kriterien und Ausgestaltung des Ranking- bzw. Rating-Systems.

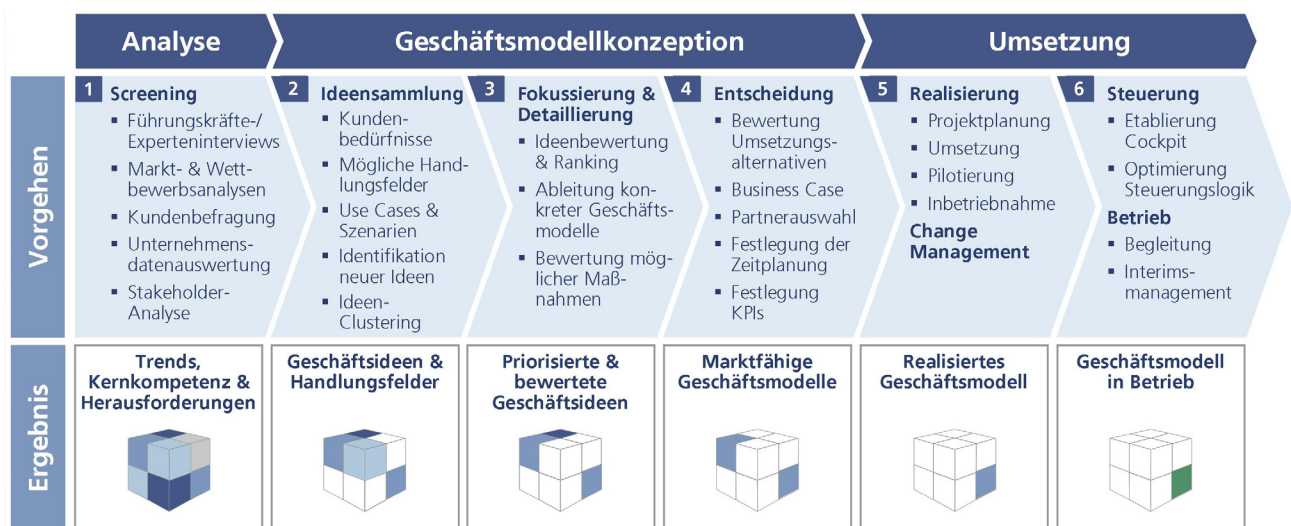
Anschließend werden in der vierten Phase mittels Business Case und Umsetzungsplänen die marktfähigen Geschäftsmodelle evaluiert. Business Cases schaffen Transparenz bzgl. der wirtschaftlichen Auswirkungen unter Berücksichtigung aller möglichen Risiken und erleichtern die Entscheidungsfindung. Auf Basis der umfassenden Business Cases erfolgt anschließend die Auswahl des zu verfolgenden Geschäftsmodells.

Entscheiden sich unsere Kunden für die Umsetzung eines oder mehrerer Geschäftsmodelle, so begleiten wir nach einer Pilotierung und weiteren Risikoanalysen die konkrete Umsetzung. Wir übernehmen unter anderem Mitarbeiter-Coaching, Projektkoordination und -steuerung sowie die Begleitung des

Betriebs, soweit dies vom Kunden gewünscht ist.

Schon in den ersten Jahren unserer Geschäftstätigkeit konnten wir auf diese Weise mit Scout24 ein innovatives Geschäftsmodell zum Erfolg führen. TellSell Consulting hat dabei nicht nur als Vorreiter den Trend zur Verlagerung von Marktplätzen ins Internet als Geschäftsmodell umgesetzt, sondern auch den Implementierungsprozess über Pilotierung und Markteinführung durch Interims-Management begleitet.

Für die erfolgreiche Weiter- oder Neuentwicklung von Geschäftsmodellen ist die Verknüpfung von Kompetenzen in den Bereichen Kreativität und Umsetzung erforderlich. TellSell Consulting verfügt über zahlreiche Erfahrungen und Referenzen sowohl in Kreativ- als auch in Umsetzungsprojektphasen, und dies über den kompletten Business-Development-Prozess hinweg. Hierfür wurde TellSell Consulting schon mehrfach im Rahmen der Hidden-Champion-Studie in der Kategorie „Business Development“ ausgezeichnet.



Das vorliegende Dokument stellt eine Quintessenz der TellSell-Consulting-Expertise zum Thema Business Development dar. Detailliertere Informationen können wir Ihnen gern im Rahmen eines persönlichen Gespräches zur Verfügung stellen.

Ihre Ansprechpartnerin Julia Minwegen

Impressum:

TellSell Consulting GmbH
Schumannstraße 59, 60325 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 238520-0, Fax +49 69 238520-25
spotlight@tellsell.de, www.tellsell.de/spotlight

Verantwortlich für den Inhalt:

Dr. Frank Baumgärtner

Redaktion:

Dorothee Ebert