

Service Management

Ertragspotenziale hybrider Produkte: Pricing von Dienstleistungs- angeboten

AUFTRAGGEBER

Die SMS Demag AG ist ein Anbieter von Hütten- und Walzwerktechnik. Sie bietet maßgeschneiderte schlüsselfertige Gesamtanlagen ebenso wie die Erweiterung und Modernisierung bestehender Anlagen. Zu ihren Kunden gehören weltweite Unternehmen der Stahl-, Aluminium- und NE-Metall-Industrie. Die SMS Demag AG gehört zum Verbund der SMS GmbH, eine Holding international tätiger Unternehmen des Anlagen- und Maschinenbaus für die Verarbeitung von Stahl und NE-Metallen. Im Jahr 2007 erwirtschafteten darin weltweit rund 8.000 Mitarbeiter ca. 3 Mrd. EUR Umsatz. (www.sms-demag.com)

AUSGANGSLAGE

Die SMS Demag AG wird am Markt mit einem hohen Preisdruck konfrontiert. Die Gründe hierfür liegen im schwachen Gesamtmarkt der Maschinen- und Anlagenbranche, einem anhaltenden Konsolidierungsprozess und dem Auftreten neuer Wettbewerber aus China. Der Aufbau von Dienstleistungen wurde als strategisches Ziel definiert.

HERAUSFORDERUNG

Das Ziel ist, Indikationen für die Preisfestsetzung von Dienstleistungsangeboten zu finden und Vorschläge für einen Preisbaukasten zu machen. Untersucht wird die Ausrüstung von Walzanlagen mit Minimalmengenschmierung und unterstützende Dienstleistungen zur Prozessoptimierung und Prozessüberwachung.



Aus technischen Prozesslinien werden nachhaltige Wertschöpfungsketten



Herr Jan Heimann, Manager Corporate Development bei der SMS Demag AG
„Wir müssen verstärkt dem Kunden den Nutzen des Produktes darstellen, um die Preissensibilität zu überwinden.“

VORGEHENSWEISE

1. Aufnahme der internen Prozesse zur Produkt- und Dienstleistungsentwicklung sowie zur Preisfindung.
2. Durchführung qualitativer und quantitativer Kundenbefragungen: Identifikation relevanter Merkmale aus Kundensicht.
3. Zweistufige Preismessung: Messung des Kundennutzens der relevanten Leistungsmerkmale und Analyse der Mehrpreisbereitschaft.
4. Kostenanalyse: Erhebung und Analyse der Daten wie Zahlungsbereitschaft, Herstellkosten und Leistungsprogramme von Wettbewerbern.
5. Leistungsoptimierung: Durchführung einer Optimierungsrechnung und Abschätzung der Datenunsicherheit sowie Entwicklung umsetzbarer Lösungen.



Schlüsselfertige Gesamtanlagen bis hin zu leistungsstarken Einzelkomponenten

ERGEBNIS

Der Preis für die Dienstleistungen Kundenbetreuung, Notfallservice, Wartung, Prozessoptimierung, Schmierstoffüberwachung und Optimierung bei Neuprodukten wurde ermittelt. Folgende weitere Ergebnisse wurden erzielt:

- Identifikation von Werttreibern aus Kundensicht.
- Der Preis einer Anlage ist nicht wichtigstes Leistungsmerkmal. Vielmehr ist die Wirtschaftlichkeit bedeutend.
- Dienstleistungen werden als Basisleistungen angesehen.
- Ganzheitliche Leistungsbündel erzielen die höchste Kaufwahrscheinlichkeit.
- Mit den Kunden als Co-Produzenten neue Dienstleistungen identifizieren.
- Die Leistungen bedürfen einer stärker kundenindividuell ausgerichteten Preissetzung.



Schoen + Company ist spezialisiert auf Technologie- und Dienstleistungsunternehmen und verfügt über das Wissen, die Erfahrung, Tools, Konzepte und Methoden, um Ihnen als kompetenter Partner zur Seite zu stehen.

Ihr Ansprechpartner: Ralf Schön, Geschäftsführer

Schoen + Company GmbH
Management Consultants
Neuer Zollhof 2
40221 Düsseldorf
T 0211-8395-410
F 0211-8395-411
E info@schoen-company.com
I www.schoen-company.com