

Wachsen mit System

Der Wandel vom Produkt- zum Systemanbieter birgt für Unternehmen großes Potenzial. Wie dieses voll ausgeschöpft wird, erklärt Fridolin Dietrich, Experte für Markenführung.

GANZ ALLGEMEIN: WODURCH UNTERSCHIEDEN SICH SYSTEMANBIETER VON KLASSISCHEN PRODUKTANBIETERN?

Fridolin Dietrich: Während Produktanbieter einzelne Güter in den Blick nehmen, zeichnen sich Systemanbieter dadurch aus, dass ihr Leistungsportfolio ganze Prozessketten umfasst. Ein Automobilzulieferer bietet beispielsweise nicht mehr nur Airbags, sondern ganze Sicherheitskonzepte an. Mit solchen ganzheitlichen Lösungen können Unternehmen ihr Profil schärfen und ihren Kunden auch in gesättigten Märkten einen Mehrwert liefern. Das A & O ist dabei die glaubwürdige Kombination mehrerer Produkte oder Leistungen zu einem integrierten Angebot. Ein umfassender Service macht das Systemangebot letztendlich zu einem Rundum-sorglos-Paket.

WARUM IST SERVICE DABEI SO WICHTIG?

Damit Systemlösungen richtig greifen, ist ein professioneller und sicherer Umgang mit ihnen notwendig. Deshalb müssen Anbieter ihren Kunden jederzeit mit Rat und Tat zur Seite stehen. Sind diese plötzlich auf sich allein gestellt und wissen nicht weiter, steht im schlimmsten Fall

nicht nur ein Bereich, sondern die gesamte Wertschöpfungskette still.

WAS MÜSSEN UNTERNEHMEN BEI EINER NEUPOSITIONIERUNG ALS SYSTEMANBIETER BEACHTEN?

Wer Systemanbieter sein möchte, muss in allen Bereichen als solcher auftreten. Das heißt, das Selbstverständnis, die visuelle Identität und das Verhalten der Mitarbeiter sind darauf ausgerichtet. Ein Umdenken

„DAS A & O IST DIE GLAUBWÜRDIGE KOMBINATION MEHRERER LEISTUNGEN ZU EINEM INTEGRIERTEN ANGEBOT.“

Fridolin Dietrich

aller Abteilungen ist also notwendig. Die Kommunikation richtet sich ebenfalls neu aus. Nur dann ist die Neupositionierung glaubwürdig und schafft einen Wettbewerbsvorteil. Es reicht nicht, nur das Leistungsportfolio zu adaptieren.

WELCHE RISIKEN GIBT ES DABEI?

Das größte Risiko liegt darin, diesen Kulturwandel nicht ganzheitlich zu vollziehen. Für

den Erfolg ist eine konstant hohe Qualität Grundvoraussetzung. Gleichzeitig muss der Servicegedanke umfassend gelebt werden. Nur wer beides leistet und sein Unternehmen ganzheitlich umstellt, profiliert sich eindeutig und kann sich gegen Wettbewerber durchsetzen.

WAS HAT DER KUNDE VON EINEM SYSTEMANGEBOT?

Systemangebote bieten Kunden für übergreifende Probleme und Prozesse eine ganzheitliche Lösung. Einzelne Schraubstellen werden nicht mehr separat angegangen, sondern der Kunde hat einen Ansprechpartner. Professionelle Beratung und umfassende Betreuung ermöglichen die effiziente Nutzung eines Systems und ebnen den Weg für eine erfolgreiche Partnerschaft.

WELCHE MEGATRENDS FÖRDERN DAS INTERESSE AN SYSTEMLÖSUNGEN?

Die zunehmende Digitalisierung ermöglicht eine leichtere Anschlussfähigkeit externer Komponenten und erleichtert die integrierte Verarbeitung von Daten. Die Software ist somit ein verbindendes Element und ein guter Ausgangspunkt für Systeme.

Fridolin Dietrich



ist Diplom-Kaufmann sowie Organisationspsychologe und verfügt über zwei Jahrzehnte internationale Erfahrung in Industrie und

Beratung. Im Jahr 2003 gründete er seine Agentur Dietrich Identity. Sein Motto: „Wir verkaufen ein Produkt, das jedes Unternehmen braucht, aber wenige haben. Echte Werte.“

✉ fd@dietrichid.com

Durch Foren und Online-Plattformen werden Systemanbieter und -anwender unkompliziert vernetzt. Das erleichtert die Kommunikation und damit die Umsetzung des Service-Gedankens. Ein anderer Trend ist die zunehmende Komplexität von Produkten und Leistungen. Kunden fragen deshalb vermehrt nach einfachen Lösungen, die alle Facetten von Anfang an berücksichtigen und einen reibungslosen Workflow ermöglichen. Genau hier setzt eine Systemlösung an.

ZUM THEMA ANSCHLUSSFÄHIGKEIT: SIND OFFENE ODER GESCHLOSSENE SYSTEME IN ZUKUNFT GEFRAGT?

Offene Systeme sind langfristig attraktiver. Sie ermöglichen die Integration aller relevanten Komponenten und schaffen so letztendlich einen effizienten Prozessablauf. Wichtigstes Kriterium hierbei ist die Standardisierung von Anschlüssen. Diese ist heute noch nicht vollständig gewährleistet, weshalb geschlossene Systeme noch etabliert sind.

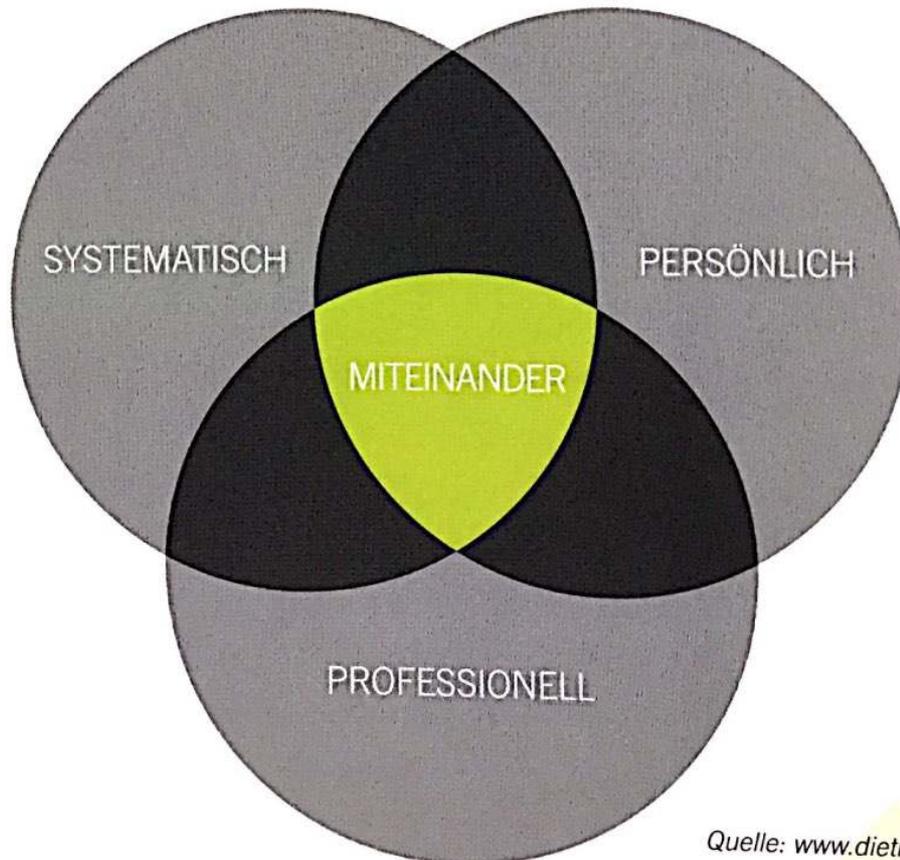
Prominentes Beispiel: Der Hersteller Apple verzichtet beim neuen MacBook Pro auf diverse Standardanschlüsse wie z.B. auf einen SD-Kartenleser.

WELCHE KNACKPUNKTE HABEN OFFENE SYSTEME?

Offene Systeme müssen kompatibel sein und sind daher komplex. Deshalb brauchen die Mitarbeiter das entsprechende Know-how und müssen über das eigene Angebot hinaus denken.

WIE BEEINFLUSST DAS DIE ENTWICKLUNG DES MARKTES DER SYSTEMANBIETER?

Der Systemanbietermarkt bietet viel Potenzial, fördert aber auch den Verdrängungswettbewerb, da der Verkauf eines Systems gleich mehrere Produkte und Leistungen enthält. Deshalb gilt es, die eigene Kompetenz und den Mehrwert von Produkten und Services klar zu kommunizieren.



Quelle: www.dietrichid.com/ueberdietrichidentity