

Kurzbeschreibung des SWOT-Pricing Workshops zur Evaluation der Produkte/Leistungen mit Identifizierung preisbildender Faktoren zur Preisoptimierung

Inhaltliche Ziele:

Pricing Workshops bzw. Pricing Beratung basiert grundsätzlich zunächst auf der Marktkenntnis im Vergleich zur eigenen Leistung. Daher ist im ersten Schritt eine SWOT-Analyse mit Benchmark zu den wichtigsten Wettbewerbern zu erstellen. Diese kann individuell abgestimmt werden und mehr oder weniger Details beinhalten. Erfahrungsgemäß ist es sinnvoll die Wettbewerbsanalyse auf einem rudimentären betrieblichen Vergleich (wichtige Kennzahlen zum Unternehmen) und der Vertriebsstruktur vorzunehmen. Anschließend werden die auserwählten Produkte/Leistungen einer analytischen Evaluation im Detail unterzogen und mit den Wettbewerbsprodukten verglichen. Hier greift die zweidimensionale Bewertung der ausgearbeiteten Vergleichskriterien aus Sicht des Kauf-Entscheidungers (siehe unten). Durch diesen pragmatischen Ansatz lassen sich neben dem klassischen Stärken-/Schwächen- und dem Chancen-/Risiken-Profil auch Ergebnisse evaluieren, die zu einer besseren Preisdifferenzierung und ungenutztem Preispotenzial führen. Auch neue oder optimierte Preismodelle mit gesteigertem Ertragspotenzial lassen sich dadurch entwickeln.

Die Ergebnisse auf den Punkt gebracht:

1. Wie setzen wir uns vom Wettbewerb ab – wie können wir dies in der Verkaufsargumentation einbringen.
2. Identifizierung preisbildender Faktoren, die hohen Kundennutzen bei Entscheidern erzeugen
3. Ableitung einer Preis- und Vertriebsstrategie pro Marktsegment/Wettbewerber.

Vorgehensweise:

- Gemeinsames Festlegen von 2-3 Wettbewerbsprodukten und dem/den eigenen Produkten
- Aufbau rudimentärer Vergleichskriterien-Matrix (pn consult)
- **Workshop I:** Gemeinsames Erarbeiten einer finalen Kriterien-Matrix – moderiert durch pn consult
- **Workshop II:** Zweidimensionale Bewertung der Kriterien (Unternehmenshintergrund, technische Features, Services, etc.) – dabei:
 1. Dimension: Vergleichsbewertung zu den Wettbewerbern/Wettbewerbsprodukten – moderiert und kritisch hinterfragt durch pn consult
 2. Dimension: Relevanz der Entscheidung bei einer Kaufentscheidung (siehe Bild unten)

- Gemeinsame Ableitung auf die Preisstrategie und das Preisverhalten – offene Diskussion – moderiert durch pn consult mit Pricing-Empfehlungen bzw. Pricing Beratung

Die Ergebnisse werden gleich im Workshop in der Matrix festgehalten und am Ende ausgewertet. Diese tabellarische Darstellung wird als digitales Ergebnis des Workshops übergeben.

SWOT-Analyse, SWOT-Pricing

Produkte/Dienstleistungen

Vergleichsparameter	FIRMA	Wettbewerb I	Ergebnis I	Wettbewerb II	Ergebnis II	Pricing-Ansatz/Bemerkung
Allgemein						
Produkt 1	xxx	XXX	1	xyz	1	Ungenutztes Preispotenzial in Verbindung mit der optimierten Vermarktungsstrategie
Produkt 2	abc	ABC	1	aml	1	
Branchenabdeckung	yyy	YYY	2	xxx	2	
Genauigkeiten	10	15	1	30	1	Klasse 1.0 deutlich genauer
Übertragung	digital	nur analog	1	digital & analog	1	Digitale Signalübertragung
Belastungsgrenzen	-15	-50	2	-25	2	richtungsweisend
Technische Dokumentation	sehr gut	gut	1	sehr gut	1	
Services	Austauschsysteme < 24 Std.	n. a.	1	n. a.	1	Produktivitätsversprechen mit Preispotenzial
Details Produkt 1						
Detail I	xxx	WWW	1	uuu	1	
Detail II	abc	RST	3	abc	3	
Detail III	yyy	xyx	2	ola	2	Bauform zu groß
u.s.w						
Details Produkt 2						
Detail I	xxx	QWRT	1	xyz	1	Preispotenzial durch höherwertiges XXX - Obere Leistungsgrenze zu gering.
Detail II	abc	xyz	2	abc	2	
Detail III	yyy	BBB	2	YBB	2	
u.s.w						
	1. Dimension			2. Dimension		
Bewertung:	Besser als Wettbewerber			"1" hoher Kundennutzen		
	Auf Augenhöhe mit Wettbewerber			"2" geringer Kundennutzen		
	Schlechter als Wettbewerber			"3" kein Kundennutzen		
Betrieblicher Vergleich	Vertriebsorganisation		Produktvergleich	Preisvergleich Wettbewerb		Ergebnis SWOT

Beispiel-Auszug eines SWOT-Pricing Workshops

ERGEBNIS

1. Erarbeitung von Alleinstellungsmerkmalen mit Mehrwert im Kundennutzen in den Produkten oder der Technologie
2. Hinweise und Empfehlungen zum optimierten Pricing