

Projektpartner

SLF Oberflächentechnik GmbH, Greven

Der Anlagenbau in den Bereichen Strahl- und Lackieranlagen ist Kerngeschäft von SLF. Darüber hinaus bietet SLF Dienstleistungen wie individuelle Planung, After-Sales-Service, Wartungen und Montagen. Zielgruppen sind der Schienenfahrzeugbau, Maschinen-, Stahl- und Anlagenbau, Windkraftanlagenbau, Schiffsbau sowie Lohnstrahler und -beschichter.

Durchführungszeitraum

01.03.2011 - 20.06.2011

Projektleitung

Dipl. Betriebsw. (FH) Fritz Gaidies (CEO SLF)

Prof. Dr. habil. Thomas Baaken (FH Münster)

Dipl. Betriebsw. (FH) Christian Junker (FH Münster)

Projektteam

SLF: Geschäftsführung Michael Bahlinghorst, Verkauf Strahlanlagen Dipl.-Ing. Arnold Flothmann, Verkauf Lackieranlagen Dipl.-Ing. Andre Felchner
14 Studierende des Master-Kurses „International Marketing“ am Fachbereich Wirtschaft der Fachhochschule Münster:

Andre Keller, Carla Mayara Borges, Carolina Güldenstein, Dominic Foppe, Frederik Budde, Iva Steven, Johanna Christine Greife, Johanna Neumann, Lara Völker, Manuel Riveiro Rodríguez, Nils Hölting, Sebastian Bole, Timothy Arswendo und Yun Chen

Ausgangslage

Als erfolgreiches Unternehmen auf Wachstumskurs ist SLF dabei, eine internationale Marketingstrategie zu entwickeln.

Alle Anlagen werden in Greven und Mühlau gefertigt. Bisher wurden sie im Ausland auf Provisionsbasis über national agierende Partner verkauft, die hier alle Zielgruppen abdeckten. Der Schwerpunkt des Geschäfts lag in Europa.

Ziel und Auftrag

Das Projektteam hatte als Basis für die Marketingstrategie den Auftrag, bereits etablierte Märkte zu strukturieren und neue attraktive Zielmärkte für SLF zu identifizieren. Die interne Vertriebsstruktur sollte entsprechend angepasst werden. Ziel war es externe Vertriebspartner im Ausland zu gewinnen, die die Märkte vor Ort bedienen können. Es galt außerdem interessante potenzielle Kunden und Projekte als Quick Wins für SLF zu sammeln.

M

**Partner
Partner Network**

- Extension of problem solving competency with cooperating partners
- Sales support by partners

P

S

**Sales Org.
Definition Industry Related Sales Organization**

- Establishment of new salespersons in regions
- Check of existing sales solutions

R

M

**Market Potential
KPI-driven Sales**

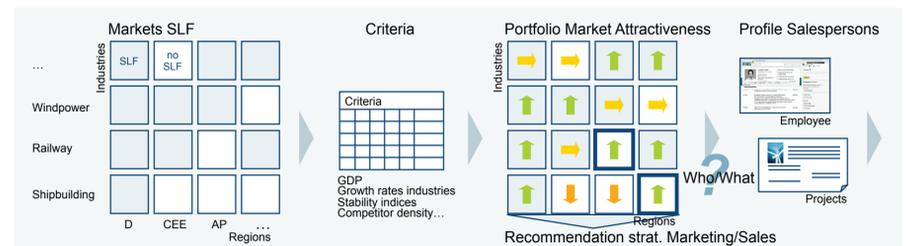
- Strategic and systematic marketing following market attractiveness
- Active research for potential projects

P

Science Marketing
Science-to-Business Marketing Research Centre

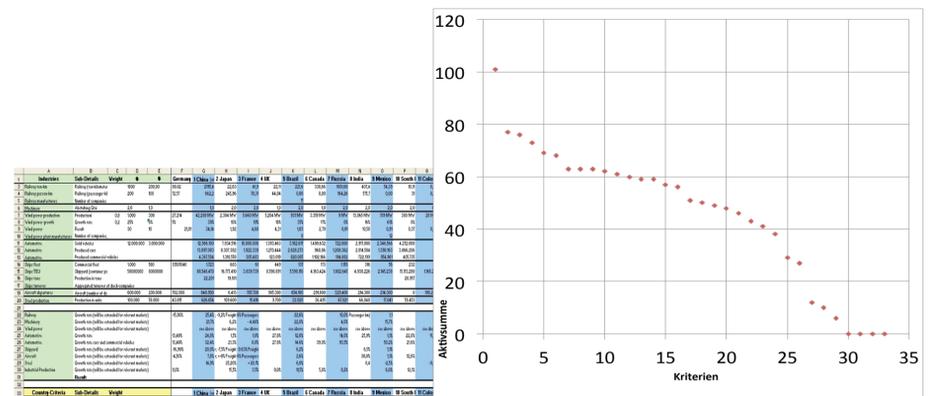
Vorgehensweise

Zuerst wurde die Strukturierung der SLF Märkte als Länder-Branchen-Kombinationen vorgenommen. Damit wurden zentrale Kundenbedürfnisse nach lokaler und fachlicher Kompetenz befriedigt. Der Vertrieb spricht nun mit seinen Kunden auf Augenhöhe. Mit Hilfe einer Einflussanalyse wurden die Kriterien gefunden, die besonders hohen Einfluss auf die Attraktivität der Märkte für SLF haben. Sie wurden strukturiert nach branchenspezifischen Kriterien, Wettbewerbs- und Wachstumskriterien in einzelnen Ländern, beispielsweise der Wachstumsrate des Schiffbaus in Südkorea. Für alle Kriterien wurden dann konkrete Daten aus öffentlichen Quellen gesammelt und verglichen. Über ein Rating ergab sich ein Attraktivitätsindex für jeden Markt (Projektstatus). Für ausgewählte Märkte werden nun die Anforderungen an Vertriebspartner formuliert und Partner rekrutiert. Der etablierte Vertrieb lässt sich gut zu alten und neuen Märkten zuordnen. In einer „Treasurebox“ wurden im Laufe des Projekts gewonnene vertriebsrelevante Informationen gesammelt, z.B. Hinweise auf neue Automotive-Produktionsstätten in Brasilien und Verzeichnisse potenzieller Aviation-Kunden.

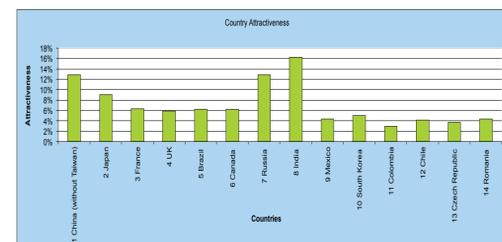


Ergebnis und nächste Schritte

Das Projektteam hat einen strategischen Weg für SLF gefunden, in neue Märkte zu wachsen und den bisherigen Vertrieb auf neue Aufgaben vorbereitet. Zusätzlich werden neue Vertriebspartner im außereuropäischen Ausland gefunden, die weitere Absatzmöglichkeiten versprechen. Mit Hilfe der „Treasurebox“ entstand darüber hinaus eine positive Sofortwirkung aus dem Projekt.



Country	Sub-Industry	Weight	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
China	Automotive	0.1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35



		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Railway goods	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
2	Railway persons	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
3	Machinery	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
4	Wind power	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
5	Automotive	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
6	Ships	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
7	Steel	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★

