Business Development / Marketing

im

Bauunternehmen

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

Strategischer Ansatz zur Weiterentwicklung Business Development

„Einfach Bauen“

Unternehmensziel: 5 % Umsatzrendite verdienen

Strategie:

1. Wir lösen uns von der Fremdbestimmung und gestalten aktiv das Bauprodukt
2. Wir beherrschen Risiken, anstatt sie zu verteilen
3. Wir schaffen Mehrwerte für alle Beteiligte
4. Wir entwickeln neue Geschäftsideen und bringen sie zur Marktreife
5. Wir verdienen immer Geld mit dem was wir tun, ohne anderen zu Schaden

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

Strategischer Ansatz zur Weiterentwicklung Business Development HTH

Ziele des BD:

- Bezahlte PreConstruction- und Projektsteuerungsleistungen
- Bauprojekte mit beherrschbaren Risiken für HOCHTIEF
- neue Geschäftsfelder, die nachhaltig für die Dienstleistungen eine Umsatzrendite von 20% erwirtschaften

Vorgehensweise:

1. Ausbau & Verteidigung des Kerngeschäftes (kurzfristig)
2. Ausbau zukünftiger Geschäfte (mittelfristig)
3. Schaffung entwicklungsfähiger Optionen (langfristig)

Vertriebsziele in Zahlen (AE p.a.):

1. 2013: PreCon 1,8 Mio.; Beratung: 500 T€; Auftragseingang : 50 Mio. €
2. 2014: PreCon 2,2 Mio.; Beratung: 600 T€; Auftragseingang : 70 Mio. €
3. 2015: PreCon 2,5 Mio.; Beratung: 700 T€; Auftragseingang : 100 Mio. €

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

HOCHTIEF CONSTRUCTION AG

Marketing-Konzept

1. Produkt

- Bau- und Immobilien-orientiert
- Neue Geschäftsideen und –modelle rund ums Bauen
- Produkte für Fach- & Endnutzer

2. Preis

- Ergibt sich geschäftsspezifisch für jedes Geschäftsmodell individuell

8 P - Konzept der HTH

3. Platz (Ort)

- Hamburg
- Sendegebiet des NDR
- Bundesweit (nur in Ballungszentren und mit speziellen Produkten/Kunden z.B. PS)

4. Promotion

- Werbemaßnahmen
- Veranstaltungen
- Kundenbindungsprogramme
- Imagekampagnen

5. Personen (Organisation)

6. Prozesse

7. Preis f. Vermarktung/Angebote

8. P-Faktor: Persönlich - Professionell - Partnerschaftlich

Nur zu Lernzwecken

Inhalt

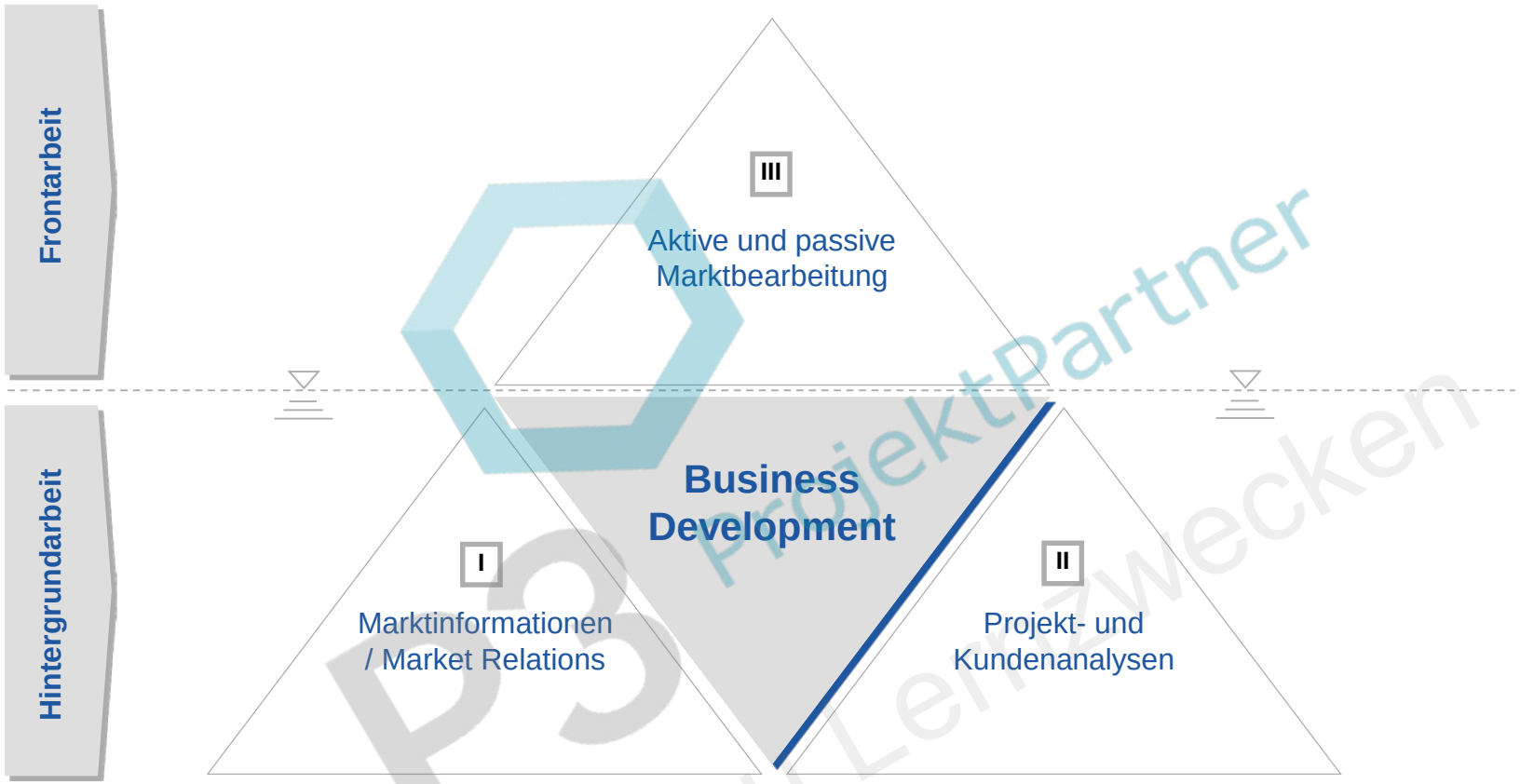
Seite

A.	**Aufbau & Ziele des BD** – Die drei Säulen	3
B.	**Aufgaben des BD** –Maßnahmen zur Erreichung der Ziele	8
C.	**Prozess des BD** – Ablauf und Zuständigkeiten	13
D.	**Gestaltung der Zusammenarbeit des BD** – Erfolg durch Kooperation	18

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

A. Aufbau & Ziele des Business Development

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken



P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

Das Business Development umfasst die Frontarbeit & die Arbeit im Hintergrund

Business Development Hamburg

I Market Relations

- **Markt- und Trendanalysen**
  - Marktbeobachtung
  - Trendstudien
  - Strategieanalysen
- **Zielkunden-identifikation**
- **Fachspezifische Themen / Recherchen**

+

II Projektanalysen

- **Kundenanalysen**
  - Kundeninformationen
  - Beziehungsnetzwerke
- **Projektdatenanalysen**
  - Projektinformationen
  - Fallstudien
  - …

+

III Marktbearbeitung

- **Aktiv**
  - Aktive Kundenbear-beitung
  - Bauherrenberatung
- **Passiv**
  - Plattform für Interessenten
  - Teilnahme an Veranstaltungen, etc.

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

Der Business Development stützt sich auf drei wesentliche Säulen

Ziele des Business Development (1)

I Market Relations

- Identifizierung lukrativer Zukunfts-märkte und Kunden auf dem norddeutschen Baumarkt
- Erstellung von Analysen als Basis für Konzepte und Szenarien für Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle
- Sammlung und Analysen von Informationen über zukünftige Projekte in Norddeutschland
- Informationen und Recherchen zu wichtigen Themen „rund ums Bauen“

II Projektanalyse

- Bereitstellung und Pflege eines Kunden-Informations-Systems: Sales-Profi auf Oracle
- Erstellung von Buying-Center-Analysen über beauftragte und nicht-beauftragte Projekte
- Rückschlüsse auf beabsichtigte Angebote
- Ermittlung und Darstellung von Beziehungsnetzwerken

III Marktbearbeitung

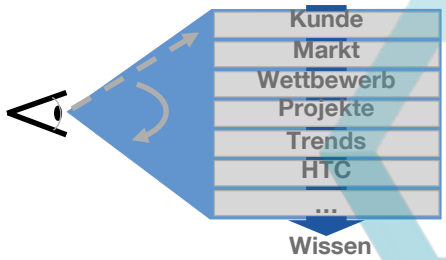
- Auf Anforderung der GL & PL für Kontaktgespräche zur Verfügung stehen
- Organisation der Pflege intensiver Kontakte zu Schlüsselpersonen der Kunden
- Aktives „Veranstaltungsmanagement“
- Bauherrenberatung/Key-Account-Management
- „Mandatsmanagement“
- Unterstützung bei HTC-Kunden-veranstaltung & Pressearbeit

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

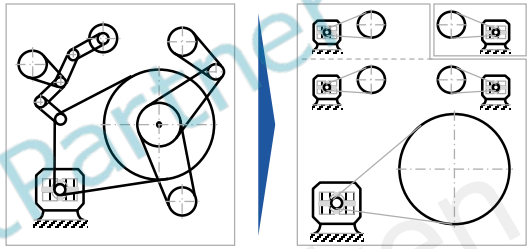
Die Abteilung Business Development (BD) unterstützt als Dienstleister die operative Einheit mit dem Ziel einer erfolgreichen Akquisition

Ziele des Business Development (2)

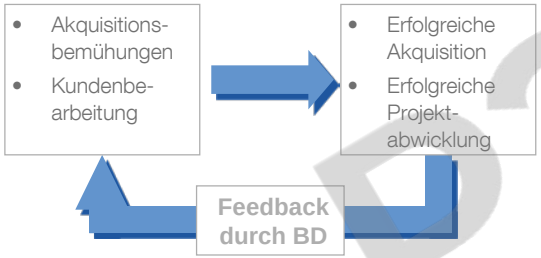
Das BD liefert einen Gesamtüberblick (Market Relations)

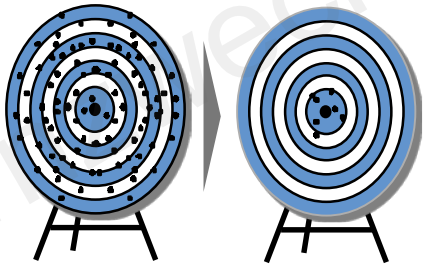


Das BD entschlüsselt Beziehungsnetzwerke und verknüpft Markt-, UN- und Projektdaten



Was leistet das Business Development ?





Das BD liefert mit der Projektanalyse ein Feedback für die Akquisition

Das BD unterstützt mit der aktiven und passiven Marktbearbeitung die Akquisition

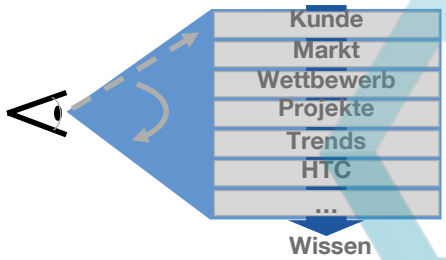
Das Business Development muss bei der Akquisition in der Lage sein, sich zurückzunehmen, damit V, BL, GL oder PL den Treffer landen

V: Vorstand; BL: Bereichsleitung; GL: Niederlassungsleitung; PL: Projektleitung;

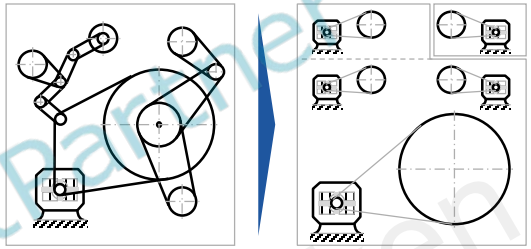
P3 ProjektPartner Nur zu Lernzwecken

Ziele des Business Development (2)

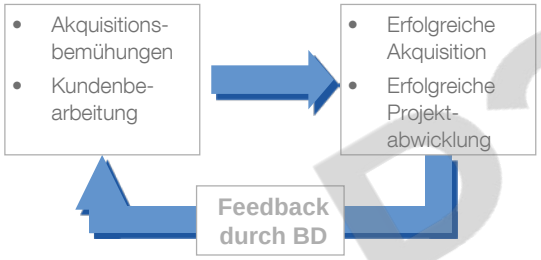
Das BD liefert einen Gesamtüberblick (Market Relations)

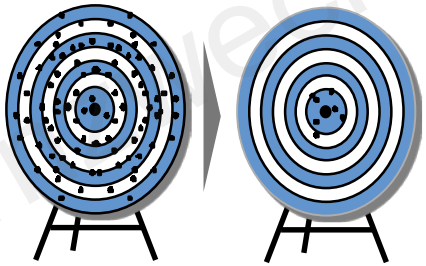


Das BD entschlüsselt Beziehungsnetzwerke und verknüpft Markt-, UN- und Projektdaten



Was leistet das Business Development ?





Das BD liefert mit der Projektanalyse ein Feedback für die Akquisition

Das BD unterstützt mit der aktiven und passiven Marktbearbeitung die Akquisition

Das Business Development muss bei der Akquisition in der Lage sein, sich zurückzunehmen, damit V, BL, GL oder PL den Treffer landen

V: Vorstand; BL: Bereichsleitung; GL: Niederlassungsleitung; PL: Projektleitung;

P3 ProjektPartner Nur zu Lernzwecken

B. Aufgaben des BD

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

Konkretisierung Market Relations

Beschaffung & Auswertung lokaler Markt- & Wettbewerberdaten

- Auswertung von Informationsdiensten:
  - Sammlung und Aufbereitung von gezielten Informationen aus Zeitschriften, Tageszeitungen, Internet, etc.
  - Firmenbroschüren
  - Kunden- & Wettbewerberveranstaltungen

Stärken-Schwächen-Analysen HTC Hamburg und Wettbewerber

Chancen-Risiken-Analysen des norddt. Baumarktes

Ermittlung & Empfehlung Produktmarktsegment-Strategie

- Segmentspezifisches Monitoring des Baubedarfs
- Produkt-Markt-Segmentierung
- Unterstützung Strategieentwicklung
- Auswahl verschiedener Strategieoptionen
- Strategische und operative Umsetzungsmaßnahmen vorschlagen
- Unterstützung bei der Umsetzung
- Umsetzungs-Controlling

Bearbeitung & Aufbereitung von Trendanalysen und baunaher Themen

- Auswertung von Informationsdiensten:
  - Trendstudien
  - Analysen von Informationsquellen, z.B. in Zeitschriften, Tageszeitungen, etc.
  - Internet
- Aufbereitung fachspezifischer Themen auf Anforderung der GL & PL z.B. PPP, Bauen im Bestand, etc.
- Chancen-Risiken-Analysen für baunahe Themenbereiche

Sammlung und Pflege von Zielkunden- & Auftraggeberdaten

- Beurteilung potentieller Kunden
  - Bestimmung von Zielkunden
  - Kundensegmentierung
  - Ermittlung von Kundenbedürfnissen
- Rückkopplung mit GL & PL

P3 Projekt-Partner Nur zu Lernzwecken

Das Market Relations verschafft eine Markt-, Wettbewerber-, Auftraggeber- und Themenübersicht für die Niederlassungsleitung (GL) & Projektleitung (PL)

HOCHTIEF CONSTRUCTION AG

II Konkretisierung Projektanalysen

HOCHTIEF - Kundenanalyse

- Übersicht sämtlicher HTC-Kunden
- Beurteilung der HTC-Kunden
  - Kundensegmentierung
  - Ermittlung von Kundenbedürfnissen
  - Sammlung von Netzwerkinformationen
- Ermittlung von Erfolgsfaktoren der Beauftragung
- Entwicklung & Pflege potentieller „Kundenkanäle“
- Messung der Kundenzufriedenheit

Aufbau & Pflege eines Kunden-Informations-Systems

- Anlegen & Pflege einer Kundendatei
- Datensammlung
- Einarbeitung Informationen der GL & PL
- Sammlung Netzwerkinformationen

Analysen beauftragter und nicht beauftragter Projekte

- Analyse der beauftragten und abgewickelten Projekte
- Einheitliche Projektinformationen
- Untersuchung der nicht-beauftragten Projekte inkl. möglicher Gründe
- Sammlung Netzwerkinformationen

Erstellung von Beziehungsnetzwerken und –szenarien

- Strukturierte Zusammenstellung der gesammelten Netzwerkinformationen
- Visualisierung der Beziehungsnetzwerke
- Entwicklung möglicher Szenarien mit Unterstützung der GL und PL

PP ProjektPartner Nur zu Lernzwecken

Die Projektanalysen verschaffen eine Projekt- und Kundenübersicht für die GL & PL

HOCHTIEF CONSTRUCTION AG

III Konkretisierung Marktbearbeitung (aktiv)

HTC - Kundenveranstal-tungen

- Unterstützung bei der Organisation von HTC-Kundenveranstaltungen
- Ermittlung von interessanten Teilnehmern
- Nachbereitung von Ergebnissen der HTC-Kundenveranstaltung

HTC - Kundengespräche vorbereiten

- Beschaffung von Hintergrundinformationen zu den jeweiligen Kunden auf Anforderung der GL & PL
- Netzwerkinformationen zur Verfügung stellen
- Kontaktaufnahme / Kundenansprache als Vorbereitung der Gespräche zwischen Kunden und GL & PL & BD

Kontaktpflege zu jeweiligen Schlüsselpersonen der GL & PL

- Unterstützung bei Political Engineering / Lobbying:
  - IHK & Wirtschaftsförderer, Politiker
  - Bau-, Planungsamt
  - Architekten & Ingenieure
- Kontaktdokumentation
- Engagement in:
  - Verbänden
  - Vereinen
  - Arbeitskreisen

Bauherrenberatung / Key Account Management

- Betreuung von Schlüsselkunden in der Entwicklungsphase
- Fachberatung in der Ideenphase des Kunden
- Unterstützung des Kunden durch Bereitstellen von Kontakten
- Organisation der technischen Unterstützung als Vorstufe/Unterstützung des Construction Management
- Betreuung von Prefair-Kunden
- Unterstützung bei Präqualifikationen

P3 ProjektPartner Nur zu Lernzwecken

Die aktive Marktbearbeitung unterstützt die GL & PL bei der erfolgreichen Marktbearbeitung und der Gewinnung von Wiederholungs- bzw. Neukunden

III Konkretisierung Marktbearbeitung (passiv)

Teilnahme an externen Veranstaltungen bzw. Organisation der Teilnahme für GL od. PL	• Erstellen eines Veranstaltungskalenders: o Kundenveranstaltungen o Wichtige Bauveranstaltungen o Allgemeine Veranstaltungen	• Organisation der Teilnahme für die GL & PL für ausgewählte Veranstaltungen • Teilnahme an ausgewählten Veranstaltungen • Veranstaltungsdokumentation • Beschaffung Teilnehmerinformationen
Repräsentanz für Kontaktgespräche und Anfragen	• Bereitstellung einer Informationsplattform für Kunden, Interessenten, etc. • Das BD steht für Anbahnungs- und Kontaktgespräche zur Verfügung	• Engagement in: o Verbänden o Vereinen o Arbeitskreisen
Prüfung, Bewertung & Weiterleitung Anfrageninformationen	• Filtern von interessanten Anfragen, Kunden, etc. nach einheitlichem Schema • Entwickeln eines Informationsdienstes für GL & PL • Sammlung von Anfragen über die GL und PL	
Vorklärung & Strukturierung von Angeboten	• Unterstützung der GL & PL bei der Auswahl der Projekte • Recherche zu Hintergrundinformationen zu bestimmten Anfragen	

Die passive Marktbearbeitung unterstützt die GL & PL, um für Anfragen und Gespräche bereit und informiert zu sein

P3 ProjektPartner Nur zu Lernzwecken

C. Prozess des Business Development

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

I Prozessbereich Market Relations in Hamburg

Input	Tätigkeiten	Vorstand	Niederlassungsleitung HH	Projektleitungen HH	Market-Relations Essen	Business Development HH	Output
• Informationen der Abteilung „Market Relations“ Essen • Strategische Stoßrichtung • Informationen über potentielle AG von GL und PL • Interne Info-bedürfnisse GL/PL • Netzwerkinfos	Beschaffung & Auswertung lokale Markt- & Wettbewerberdaten	•	●	○	•	▲	• Standard & angefor-derte Berichte
	Ermittlung & Empfehlung Produktmarktsegment-Strategien	•	●	○	○	▲	• Strategische Geschäfts-planung
	Bearbeitung und Aufbereitung Trendanalysen und baunahe Themen		•	●	○	▲	• Standard & angefor-derte Berichte
	Sammlung & Pflege von Zielkunden- und Auftraggeberdaten	○	●	○		▲	• Auftraggeberdatei mit Budgets • Kundenberichte

● Verantwortung
○ Mitwirkung
• Information
▲ Umsetzung

P3 ProjektPartner nur zu Lernzwecken

Ziel des Marktet Relations ist die Bereitstellung von Informationen wie Markt-, Trend- & Wirtschafts-Prognosen für Hamburg und Norddeutschland

HOCHTIEF CONSTRUCTION AG

II Prozessbereich Projektanalysen

Input	Tätigkeiten	Vorstand	Niederlassungsleitung HH	Projektleitungen HH	Market-Relations Essen	Business Development HH	Output
• Informationen über Kunden/Auftraggeber durch GL und PL • Regelmäßige Informationen zum Beziehungsnetzwerk • Sammlung von Kontaktdaten • Aufstellungen potentieller Bauprojekte für NL HH	Erstellung & Pflege HOCHTIEF - Kundenanalysen	•	●	○		▲	• Projektbezogene Kundenanalyse
	Aufbau & Pflege Kundeninformationssystem	•	●	○	○	▲	• Kunden-Informations-System (KIS)
	Analysen beauftragter und nicht beauftragter Projekte	•	○	●		▲	• Verbesserung Projektbearbeitung • Akquiseberichte
	Erstellung Beziehungsnetze und –szenarien		○	●		▲	• Darstellung projektbezogenes Beziehungsnetzwerk

● Verantwortung
○ Mitwirkung
• Information
▲ Umsetzung

P3 ProjektPartner nur zu Lernzwecken

Die Projektanalyse liefert Informationen über die Kunden und die aktuellen Projekte der Niederlassung bzw. der jeweiligen Projektleitungen

III

Prozessbereich Marktbearbeitung (aktiv)

Input	Tätigkeiten	Vorstand	Niederlassungsleitung HH	Projektleitungen HH	Market-Relations Essen	Business Development HH	Output
• Festlegung der Veranstaltungsziele durch GL und PL • Kontaktanfragen der GL und PL • Festlegung Schlüsselkunden durch GL und PL	Kundenveranstaltungen	•	●	○	○	○	• Zweckorientierte Veran-staltungen
	Vorbereitung Kundengespräche auf Anforderung GL & PL		●	○		▲	• Netzwerkinformationen, • Kundenanfragen
	Kontaktpflege zu jeweiligen Schlüsselpersonen der GL & PL	•	●	●		○	• Netzwerkinformationen
	Ausgewählte Bauherrenberatung / Key Account Management		●	○		▲/○	• Konkrete Projektbearbei-tung als Vorstufe zum Construction Management

● Verantwortung
○ Mitwirkung
• Information
▲ Umsetzung

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

Bei der aktiven Marktbearbeitung unterstützt das Business Development die GL und PL beim direkten Kundenkontakt

III

Prozessbereich Marktbearbeitung (passiv)

Input	Tätigkeiten	Vorstand	Niederlassungsleitung HH	Projektleitungen HH	Market-Relations Essen	Business Development HH	Output
• Informationen über Veranstaltungen durch GL und PL • Kontaktanfragen der GL und PL • Gesprächsanfragen an die GL und PL • Prospekte / Werbema-terial /Beratungs- & Verkaufsmappen	Teilnahme an externen Veranstaltungen bzw. Teilnahme für GL od. PL organisieren		●	○		▲	• Zweckorientierte Veran-staltungsbeschreibung
	Auf Anforderung für Kontakt-gespräche zur Verfügung stehen		●	○		▲	• Gesprächsnotizen & -protokolle
	Prüfung, Bewertung & Weiterleitung von Anfrageninformationen	•	●	○		▲	• Anfragedatenblatt
	Vorklärung & Strukturierung von Angeboten	•	○	●		○	• Erweitertes Anfragedatenblatt

● Verantwortung
○ Mitwirkung
• Information
▲ Umsetzung

P3 ProjektPartner Nur zu Lernzwecken

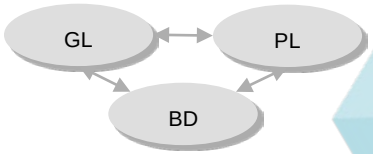
Bei der passiven Marktbearbeitung unterstützt das Business Development die GL und PL bei repräsentativen Aufgaben

E. Gestaltung der Zusammenarbeit

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

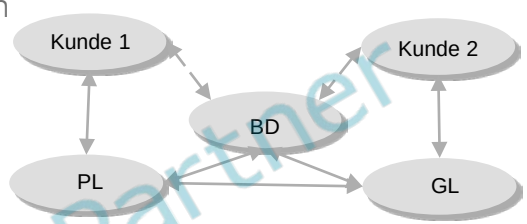
Interne Zusammenarbeit

- Regelmäßiger, gegenseitiger Informationsaustausch zwischen GL & PL & BD
- Vertrauen, Offenheit und Akzeptanz der Beteiligten

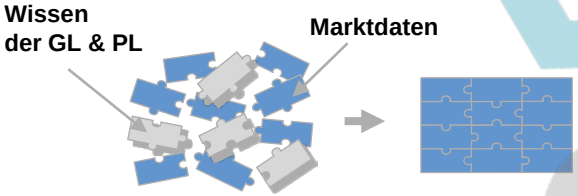


BD unterstützt die GL & PL beim Vertrieb

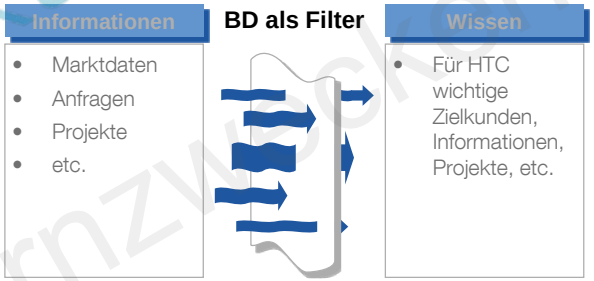
- Unterstützung bei der Kundenbetreuung & -akquisition



Kooperative Zusammenarbeit



- Das BD organisiert die vorhandenen Markt-, Kunden- und Projektdaten von/für GL & PL



Wissen der GL & PL ist die Voraussetzung

BD filtert wichtige Informationen für GL & PL

P3 ProjektPartner
Nur zu Lernzwecken

Die Zusammenarbeit von GL & PL & BD bestimmt den Erfolg des Business Development und sollte eindeutig festgelegt werden