



**CENTER
SMART SERVICES**



Konsortialprojekt

Pricing digitaler Produkte

**Von der Lösung für den Kunden
zum wertorientierten Erlösmodell**

Institut für Technologiemanagement



Universität St.Gallen

Erfolgreiche Preisbildung für digitale Produkte

Klassische Preismodelle wie kostenbasierte Aufschlagskalulationen oder Wettbewerbsvergleiche stoßen beim Pricing digitaler Produkte an ihre Grenzen. Bei der Preisbildung digitaler Produkte steht der Kundennutzen im Fokus, was Unternehmen vor folgende Fragen stellt:

- Wie kann der Kundennutzen quantifiziert werden?
- Wie kann eine Leistung nutzenorientiert bepreist werden?
- Wie kann der Kunde erfolgreich von diesem Preis überzeugt werden?

In unserem Projekt „Pricing digitaler Produkte“ entwickeln wir gemeinsam mit Ihnen Antworten auf diese Fragen!

Gemeinsam realisieren wir messbaren Erfolg für Ihre digitalen Produkte

- 72 % aller neu eingeführten digitalen Produkte erreichen nicht die geplanten Gewinne, über 50 % scheitern bereits im ersten Jahr nach Markteinführung.¹
- Durch den ganzheitlichen Fokus auf den Kundenwert führt wertorientiertes Pricing zu höherem Absatz (ca. 10 – 20 %), verbesserten Margen (ca. 2 %) und höheren Umsätzen (ca. 5 – 15 %).²
- Trotz des hohen Potenzials wertorientierter Preisbildung findet dieses Vorgehen in weniger als 20 % der Unternehmen Anwendung, da nicht klar ist, wie es umzusetzen ist.³
- Die Bestimmung und Bepreisung des Kundenwerts einer digitalen Leistung bezeichnen 79 % der Manager als die größte Herausforderung im Pricing.⁴

Nutzen Sie Ihre Gelegenheit und werden Konsortialpartner!

Konditionen

Start: Q3 2020	Ende: Q2 2021
Anzahl der Teilnehmer:	Ca. 15 Konsortialpartner
Teilnahmegebühr:	30.000,- €



¹⁾ Irlbeck 2017, ²⁾ Accenture 2019, ³⁾ Simon-Kucher & Partners 2018, ⁴⁾ Schuh 2018

Lernen Sie von den Besten

Ihr Nutzen

In neun Monaten zum erfolgreichen Pricing digitaler Produkte

- Konkrete Handlungsempfehlungen und ein Leitfaden zum wertorientierten Pricing digitaler Produkte in Ihrem Unternehmen.
- Kennenlernen von Successful Practices durch Case-Studies und direkten Austausch mit anderen Unternehmen zum Thema Preismanagement.
- Gewinnung wertvoller Kontakte und Erkenntnisse sowie Erfahrungen aus unterschiedlichen Branchen zum Pricing digitaler Produkte.
- Individuelle Workshops zur direkten Anwendung der gewonnenen Ergebnisse.
- Minimaler Aufwand bei maximalem Nutzen durch die Koordination des Konsortialprojekts durch das Projektteam des FIR, des Centers Smart Services und der Universität St. Gallen.
- Sie profitieren von der Kompetenz in der Entwicklung und Markteinführung digitaler Produkte sowie von der Erfahrung des Projektteams und der Konsortialpartner.

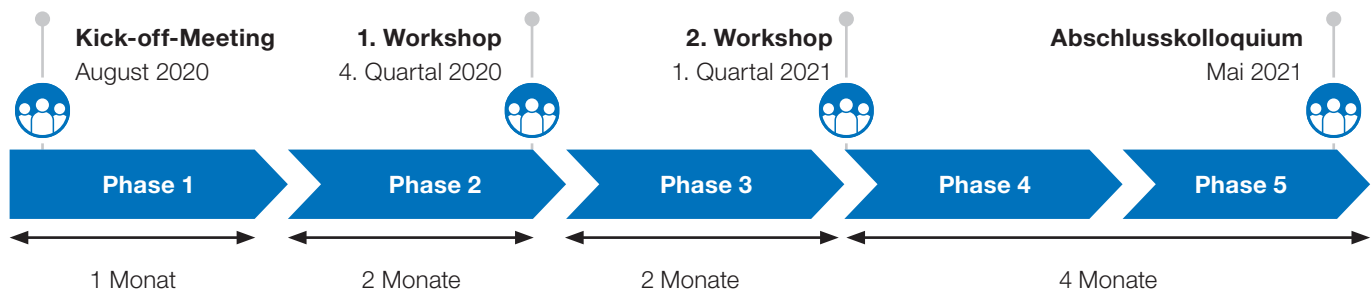
Das Vorgehen

Wie läuft dieses Konsortialprojekt ab?

- Konsortialprojekte werden von industriellen Unternehmen in Zusammenarbeit mit dem Projektteam vom FIR an der RWTH Aachen, Center Smart Services und der Universität St. Gallen bearbeitet.
- Das Konsortium legt gemeinsam zu Beginn des Projekts die Schwerpunkte für das Thema „Pricing digitaler Produkte“ fest.
- Das Projektteam übernimmt die Organisation und Leitung des Konsortialprojekts.
- Das Projekt ist in mehrere Phasen mit regelmäßigen Meilensteintreffen strukturiert. Regelmäßige Reviews sichern den Erfolg des Projekts.
- Gemeinsam mit allen Partnern wird ein Leitfaden für ein erfolgreiches Pricing digitaler Produkte erarbeitet, welcher den Konsortialpartnern exklusiv zur Verfügung gestellt wird.



Zeitlicher Ablauf des Konsortialprojekts



Phase 1: Anforderungserhebung

- Aufnahme der Anforderungen der Konsortialpartner
- Definition von zu adressierenden Fragestellungen der Konsortialpartner in den einzelnen Phasen

Phase 2: Ausarbeitung von Case-Studies zu Successful Practices

- Erstellung von Case-Studies auf Basis identifizierter Successful Practices
- Bearbeitung der Case-Studies beim 1. Arbeitstreffen

Phase 3: Durchführung von Tiefeninterviews zur Maßnahmenentwicklung

- Durchführung von Tiefeninterviews mit Successful-Practice-Unternehmen
- Abbildung der Ergebnisse auf die Case-Studies

Phase 4: Ausgestaltung des Preismanagement-Leitfadens

- Ausgestaltung des Leitfadens auf Basis der Tiefeninterviews und Case Studies

Phase 5: Individualworkshops

- Individualworkshops mit jedem Konsortialpartner
- Anwendung des Leitfadens auf individuelle Anforderung
- Implementierungsworkshop, inkl. Vor- und Nachbereitung



Mögliche zentrale Fragestellungen

Die zentralen Fragestellungen und Schwerpunkte werden im Rahmen des Kick-off-Meetings gemeinsam mit den Konsortium ausgearbeitet und an die Bedürfnisse und individuellen Fragestellungen der Unternehmen angepasst.

Mögliche Fragestellungen könnten sein:

- Wie lässt sich der Kundennutzen digitaler Produkte ermitteln?
- Welche Preisstrategie wird beim Angebot digitaler Produkte verfolgt?
- Wie können digitale Produkte zu integrierten Leistungsbündeln zusammengestellt werden?
- Was sind erfolgreiche Preismodelle und Ansätze zur Preisbildung?
- Welche Daten werden für das Pricing von digitalen Produkten benötigt?
- Über welche Kompetenzen und Qualifikationen müssen die Mitarbeiter beim Pricing verfügen?
- Können gleichzeitig mehrere Preissysteme für ein digitales Produkt angeboten werden und wenn ja, wie?
- Welche Preismetrik eignet sich für meine digitalen Produkte?
- Wie können digitale Produkte beim physischen Produktverkauf mit eingepreist werden?
- Wie gestaltet sich das Abrechnungssystem für digitale Produkte?



Unser Expertennetzwerk



**CENTER
SMART SERVICES**

Center Smart Services

Das Center Smart Services entwickelt gemeinsam mit seinen Mitgliedern marktfähige datenbasierte Dienstleistungen. Das Angebot adressiert Unternehmen aus dem Maschinen- und Anlagenbau und der produzierenden Industrie, die durch Smart Services neue Geschäftsfelder erschließen oder mit modernen Verfahren der Datenanalyse (z. B. Machine-Learning) ihre Daten nutzenstiftend einsetzen wollen. Die Leistungen des Centers umfassen die Entwicklung und Anwendung von Methoden zur Gestaltung digitaler Geschäftsmodelle, Weiterbildungsangebote und Industriedienstleistungen zur Einführung digitaler Geschäftsmodelle in Unternehmen.

www.center-smart-services.com



FIR e. V. an der RWTH Aachen

Das FIR e. V. an der RWTH Aachen wurde 1953 gegründet und verfügt über 130 Mitarbeiter, darunter 55 Wissenschaftler. Das Ziel ist im industriellen Management eine Brücke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu schaffen. Jährlich werden am FIR 40 öffentlich geförderte Projekte sowie 60 Projekte mit Industriekunden durchgeführt. Die Kompetenzen liegen im Dienstleistungsmanagement, Informationsmanagement, Business-Transformation und dem Produktionsmanagement.

www.fir.rwth-aachen.de

Institut für Technologiemanagement



Universität St.Gallen

Institut für Technologiemanagement, Universität St.Gallen (ITEM-HSG)

Das Institut für Technologiemanagement ist das größte Institut der Universität St. Gallen. Es besteht aus den vier Bereichen Produktionsmanagement, Operations Management, Innovationsmanagement und Entrepreneurship. Der Bereich Produktionsmanagement umfasst die drei Kompetenzzentren Smart Manufacturing & Services, Globale Produktion und Operational Excellence. Mit jährlich über dreißig industrienahen Forschungs-, Kooperations- und Konsortialprojekten wird die Praxisrelevanz der Tätigkeiten sichergestellt

www.item.unisg.ch

Ihre Ansprechpartner

**Benedikt Moser, M.Sc.**

Centerleiter
Center Smart Services
Telefon +49 241 47705-205
E-Mail Benedikt.Moser@center-smart-services.com

**Jana Frank, M.Sc.**

Bereichsleiterin
Dienstleistungsmanagement
FIR an der RWTH Aachen
Telefon +49 241 47705-202
E-Mail Jana.Frank@fir.rwth-aachen.de

**Moritz Classen, M.Sc.**

Gruppenkoordinator
Smart Manufacturing & Services
Institut für Technologiemanagement, Universität St.Gallen
Telefon +41 71 224 72 74
E-Mail Moritz.Classen@unisg.ch

Quellenangaben

S. 1, 2, 3, 4, 5 Fotolia

Center Smart Services

ElCe Aachen GmbH
Campus-Boulevard 55
52074 Aachen

Telefon +49 241 47705-205
E-Mail info@center-smart-services.com
www.center-smart-services.com