



Jan Ramseyer

Diplomand	Jan Ramseyer
Examinatorin	Prof. Dr. Katharina Luban
Experte	Dr. Thomas Lorenzer, Institut Straumann AG, Basel, BS
Themengebiet	Geschäftsmodell, Marketing und Vertrieb
Projektpartner	Zunder-GmbH, Uster, ZH

Zunder: Entwicklung einer Business Strategie für ein Startup



Zunder Zahnstocher Menthol
www.zundershop.ch

Ausgangslage: Die Zunder GmbH ist ein Startup, das vor drei Jahren gegründet wurde und die ihr Produkt in mehreren Varianten erfolgreich am Markt platziert hat. Um eine möglichst gute Planung der Zukunft zu ermöglichen, sollen im Rahmen dieser Arbeit relevante Aspekte der künftigen Unternehmensstrategie und der unternehmerischen Tätigkeit analysiert werden.

Dabei stehen folgende Fragen im Zentrum:

- Was ist die künftige Unternehmensstrategie von Zunder?
- Welche Wege gibt es, diese Strategie umzusetzen?
- Welcher Weg ist warum empfehlenswert?

Vorgehen: Taktische und operative Massnahmen eines Unternehmens müssen mit der Firmenstrategie abgestimmt sein. Zunder als recht junges Startup hat diese Strategie noch nicht ausformuliert, darum wurde anhand des Business Canvas von Osterwalder (startplatz.de) das Business Modell ausformuliert und eine Wachstumsstrategie definiert.



Strategie
www.games-mag.de

Um Optionen für diese Strategie auszuarbeiten, wurden die Kunden anhand der Verkaufsstatistiken von Zunder analysiert, sowie die Weiterverkäufer mittels Buyer Persona und Nutzwertanalyse auf ihre Kompatibilität mit Zunder untersucht. Weiterhin wurden verschiedene Kanäle zur Erreichung der Weiterverkäufer sowie der Endkunden, insbesondere die sozialen Medien auf Ihren Nutzen für Zunder untersucht. Schlussendlich wurden die Auswirkungen des Wachstums analysiert und eine Empfehlung abgegeben, wie Zunder auf diese zu reagieren hat.

Ergebnis: Für die Ausweitung der Kundenbasis wurden die für Zunder attraktivsten Weiterverkäufer identifiziert und hinsichtlich der Zusammenarbeit evaluiert.

Im Bereich Kundenbeziehung gilt es, die Verbundenheit der Endkunden zum Unternehmen Zunder zu erhöhen. Im Bezug auf die Endkunden stellen die sozialen Medien die beste Variante dar. Obwohl Zunder bereits mit seinen Endkunden auf den sozialen Medien in Form der Veröffentlichung von kundengenerierten Bildern interagiert, konnten noch zusätzliche Verbesserungen erarbeitet werden. Um die Beziehungen zu den Weiterverkäufern zu stärken wurden ebenfalls mehrere Vorschläge erarbeitet und in einem Schritt für Schritt Plan zusammengeführt.



Die sozialen Medien
www.itwebtechnique.com

Die Wahl der Verkaufskanäle fällt hauptsächlich auf die sozialen Medien. Durch die Nutzwertanalyse konnte evaluiert werden, welche sozialen Medien für Zunder am relevantesten sind. Zusätzlich wurde ein mögliches E-Mail-Marketingkonzept erstellt, um einen weiteren Kanal zu nutzen.