

# 1. Situationsanalyse BAKER (Schweiz) AG

## 1.1 Interne Analyse

	Stärken		Schwächen		Ergebnis
<b>Marketing</b>					
Bekanntheitsgrad				--	Noch weitgehend unbekannt
Standortvorteile Mutterhaus				--	Reaktionszeit bei speziellen Ersatzteilen und Dienstleistungen
Standortvorteile Vertretung CH	++				CH-interne Vertretung
<b>Finanzen</b>					
Finanz. Background		+			Mutterhaus, Marketing 200'000 pro Jahr
<b>Personal</b>					
Qualifizierte MA	++				CH
Motivation	++				Neuaufbau, Enthusiasmus
Flexibilität (neue Anforderungen)	++				Eigene Infrastruktur in der CH
<b>Support</b>					
Kommunikation (Verständigung)	++				Deutschsprachig
Reaktionszeit	++				CH-intern
Ersatzteilpreise		+	-		Lager/ Anlieferungsweg
Qualität	++				Erfolgreicher Markt USA, Kanada
<b>Organisation</b>					
Aufbau		+			Innen/ Aussendienst ?
Ablauf		+			Innen/ Aussendienst ?
<b>Produkt</b>					
Know how	++				Know how USA
Bedienerfreundlichkeit	++				Maschinensteuerung weltweit führend
Komplexe Linearsysteme	++				Eine Spezialität von BAKER

## 1.2 Externe Analyse

	Chancen		Gefahren		Ergebnis
<b>Marktvolumen-Anteile</b>					
Uhrenindustrie		+			30 % (Langlebige Ausführungen, rasche und zuverlässiger Service nötig)
Elektroindustrie		+			40 % (Schnelles Umrüsten nötig)
Hörgeräte	++				20 % (Flexible Maschinen, Sonderausführungen, kompetente Betreuung nötig)
<b>Handel</b>					
Entwicklung		+	-		Marktvolumen CH ca. sFr. 42 Mio, moderates Wachstum
<b>Konkurrenz</b>					
Marktposition	++				Keine ernstzunehmende CH- Vertretung vorhanden
	++				Schneller und kompetenter Support möglich
<b>Kundenverhalten</b>					
Relevante Faktoren	++				Unzufrieden in Sachen Ersatzteilpreise, Betriebsanleitungen, Service, schneller Support, Verständigung.

### 1.3 Abgleichungsprozess

	<i>Stärke Nr 1</i> Standortvorteile CH, da praktisch einzige Vertretung	<i>Stärke Nr 2</i> Qualifizierte CH-Mitarbeiter	<i>Stärke Nr 3</i> Motivation, da Neubeginn (Enthusiasmus)	<i>Stärke Nr 4</i> Flexibilität, da eigene Infrastruktur in der CH	<i>Stärke Nr 5</i> Kommunikation sehr gut, da deutschsprachig	<i>Stärke Nr 6</i> Kurze Reaktionszeit weil Support vor Ort	<i>Stärke Nr 7</i> Qualitativer Background in Mutterhaus USA	<i>Stärke Nr 8</i> Sehr bedienerfreundliche Maschinensteuerung, weltweit führend	<i>Stärke Nr 9</i> Als Spezialität von BAKER: Sehr komplexe Linearsysteme
<b>Chance Nr 1</b> Marktvolumen CH	übereinstimmung	übereinstimmung	übereinstimmung	übereinstimmung	übereinstimmung	übereinstimmung	übereinstimmung	übereinstimmung	übereinstimmung
<b>Chance Nr 2</b> Keine ernstzunehmende CH-Vertretung	übereinstimmung		übereinstimmung		übereinstimmung				
<b>Chance Nr 3</b> Schneller Support möglich	übereinstimmung			übereinstimmung		übereinstimmung			
<b>Chance Nr 4</b> Zum Teil unzufriedene Kunden					übereinstimmung	übereinstimmung	übereinstimmung	übereinstimmung	übereinstimmung

#### 1.4 Mögliche Vorgehensweisen

1.	Der Bekanntheitsgrad muss hergestellt werden. Für die Marketingtätigkeiten stehen pro Jahr Fr.200'000.- zur Verfügung. Mindestens vier der fünf MA müssen alle multifunktional einsetzbar sein (Innen- <u>und</u> Aussendienst. Die PR-Aktionen müssen ganz klar auf die Bedienerfreundlichkeit der BAKER- Maschinen hinweisen. (Kleine Rüstzeiten) Der kundennahe Support (CH-Vertretung) muss hervorgehoben werden.
2.	Erste Priorität hat der Hörgerätemarkt. Dieser Zweig ist sehr stark wachsend. Zugleich bieten sich die Maschinen von BAKER aus Sicht flexible Systeme (= Linearsysteme) und kompetente Kundenbetreuung an.
3.	Hervorzuheben sind die Sprachvorteile (Kommunikation) und die bedienerfreundlichen Anleitungen.
4.	Die CH-interne Infrastruktur erlaubt grösstmöglichen technischen Kundensupport.
5.	Aufgrund des USA- und Kanada- Marktes sind genügend zufriedene Referenzen vorhanden.
6.	Das Produktesegment Rundtisch muss in Richtung Uhrenindustrie gefördert werden.