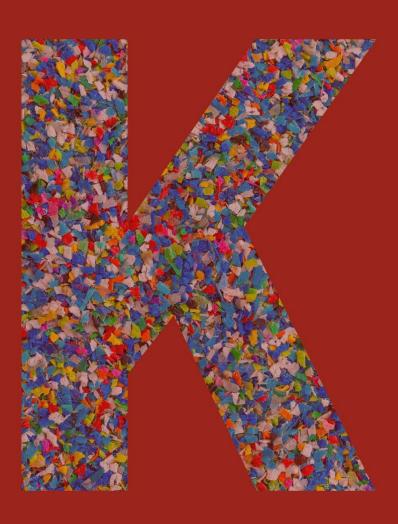


K-Management-Book

Managementthemen für die Kunststoffbranche

Geschäftsmodelle | Benchmark | Branchenstruktur



Inhaltsverzeichnis

Einleitung7
Branchen/Märkte8
K-Brancheninsides10
Werkzeugbauer11
Kunststoffverarbeiter12
Rohstoffhersteller & Compoundierer13
Maschinenbauer15
Anbieter Zubehör
(Heißkanal, Variothermie, Normalien usw.)16
<i>OEMs</i>
Beispiel: Automobilbranche19
Merkmale und erste Handlungsempfehlungen
in der Kunststoffverarbeitung21
Potentiale und Strukturen21
Neue Geschäftsmodelle für die
Kunststoff-Industrie24
Geschäftsmodellinnovationen30
Case-Study Kunststofftechnik LÜD GmbH31

Neue Märkte, Vorgehensweisen und	
Alleinstellungsmerkmale mit der	
K-Business-Card	33
Neue Märkte	33
Neue Skills	37
Komplexität des Unternehmens	40
Einzigartig/Komplexität	40
Moderne Fabrik	44
Kunststofftechnik Alleinstellung-	
Erste Vorgehensweise	44
Vorgehensweise Nischenstrategie	47
Vertriebsstrategie	49
Cross-Selling	51
Merkmale & Vorteile	53
Beispiele	53
Vermarktung über digitale Wege	57
Zusammenfassung/Handlungsempfehlung	jen 63
Consulting Portfolio KIMW	66
Praxispart	
Literaturverzeichnis	76

Einleitung

Durch die jahrelangen Brancheneinblicke in die Kunststoffindustrie, zeigen sich eine Vielzahl von Handlungsfeldern. Ziel dieses Buches und zukünftiger Fortsetzungen ist es, Managementthemen für die Branche vorzustellen. In dieser ersten Ausgabe liegt ein starker Schwerpunkt auf der Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen, beispielsweise für Kunststoffverarbeiter.

Wie gehe ich als Unternehmen neue Branchen und Märkte an? Wie agiere ich als Unternehmen und richte mich nicht nur an dem bestehenden Kundenkreis aus?

Im ersten Bereich wird kurz die Branche skizziert. Hierzu orientieren wir uns am Netzwerk des Kunststoff-Instituts Lüdenscheid, welches die gesamte Wertschöpfungskette abbildet und nahezu alle Branchen abdeckt, in denen Kunststoffe für die Bauteilproduktion genutzt werden.

Den Schwerpunkt stellen neue Geschäftsmodelle dar. Wie finde ich neue Ideen, z. B. mit der K-Businesscard? Wie entwickle ich als Unternehmen Alleinstellungsmerkmale?

Zudem werden Ansätze gezeigt, wie Sie Ihren Vertrieb strukturieren, Märkte aktiv angehen und durch Skalierung oder neue Ideen Umsätze generieren können.

Im Rahmen von Benchmark-Prozessen und des neuen K-Benchmark-Tools, können Sie Ihr Unternehmen auf den Prüfstand stellen und entwickeln Handlungsmöglichkeiten, um dem Wettbewerb besser zu begegnen.

Die Annahmen, Mechanismen, Muster und Modelle beruhen auf Praxiserfahrungen und sollen Ihnen als Unternehmen Impulse aufzeigen, die Sie letztendlich adaptieren und umsetzen können. Die Merkmale zu den Strukturen von Unternehmensgruppen stellen einen Praxisbericht dar, es können sich Abweichungen ergeben.

Branchen/Märkte

Das Netzwerk des Kunststoff-Instituts Lüdenscheid bildet die gesamte Wertschöpfungskette der Kunststoff-Industrie ab. Von namhaften Rohstofflieferanten und Compoundkernen, zu Werkzeugbauern, Kunststoffverarbeitern, über Maschinenlieferanten, bis hin zu den

- Leseprobe Ende -