

Synopsis und Kurzbewertung der besten Arbeiten "SEC Quo Vadis" der Masterstudierenden der Hochschule Luzern – Wirtschaft:

Farbcode vgl.auch "Umsetzungskonzept (roh)"

"Eine neue Netzwerkstrategie für die SEC, um die Mitgliederzahl sowie die Anzahl Transaktionen zu erhöhen"

Code	Slogan	Kernidee	Aktionsbereiche			Vor- und Nachteile	Go / no go
			(A) Corporate Identity	(B) Synergien und Differenzierung	(C) Spezifische Dienstleistungen (DL)	+ / -	✓ / ✗
B1	K1: ‚Share your Future‘	<p>K1: SEC als Plattformbetreiberin & Vernetzerin</p> <p><u>Two-Way-Web:</u> Umfassende, interaktive, multimediale Online-Plattform</p> <ul style="list-style-type: none"> mit integrierter, interaktiver Wissensdatenbank für Mitglieder direkter Austausch <p><u>Öffentlicher & Mitgliederbereich:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> öffentlich: Infos zu SEC, DL, Möglichkeiten, aktuelle Anlässe (öB) Mitgliederbereich: Interaktive DL <p><u>Kooperationsnetzwerk & gestaffeltes Preismodell:</u></p> <p>günstige oder Gratis-Mitgliedschaft für:</p> <ul style="list-style-type: none"> Unternehmen in den Zielländern Schlüsselunternehmen CH, grosser Erfahrung in Zielländern Handelskammern in den Zielländern <p>=> Attraktivität Mitgliedschaft für CH Unternehmen nimmt zu</p> <p><u>Bekanntheitssteigerung durch Einsatz Social Media:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Facebook-SEC-Seite Twitter-Account Unternehmenswebsite Xing Blog auf Homepage Verlinkung Homepage mit Social Media <p><u>Steigerung Bekanntheit durch Online-Aktivitäten:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Google Adwords Suchmaschinen-optimierung Systematische Verlinkung der Homepage Werbung bei Partnerorganisationen 	<ul style="list-style-type: none"> SEC-Identität verbessern (Logo, Slogan, etc.) Überarbeitung der Homepage (visuell, Suchmaschinenoptimierung, systemat. Verlinkung) Neue Verwendungszwecke der Homepage Nutzen von Social Media Bewertung & Weiterempfehlung von Web-Inhalten Unternehmensseite auf Nutzung von Facebook / Xing (z.B. Einladungen für Veranstaltungen gezielt versenden, vgl. http://www.facebook.com/pages/Osec/145451528828595?ref=sgm & https://www.xing.com/companies/OSEC) Kommunikation mit ‚Followern‘ über Twitter (vgl. http://twitter.com/chexport) 	<p><u>Differenzierung</u> gegenüber Wettbewerbern:</p> <ul style="list-style-type: none"> Interaktion zwischen Mitgliedern Info-Bereitstellung durch Mitglieder Verbesserung der Web-Inhalte & DL durch Bewertungssystem <p><u>Synergien</u> innerhalb des Netzwerks:</p> <ul style="list-style-type: none"> Wertschöpfung für 3 Marktseiten: CH KMU, Unternehmen der Zielländer, Werbepartner Direkte Vernetzung Gemeinsam Plattform-Inhalte generieren & davon profitieren 	<p><u>Online-DL für Mitglieder:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Direkte, zeitnahe Kontakte & Informationen online Unternehmensprofile online Wissensdatenbank als Wiki (Info abrufen & selber ändern/ergänzen) Diskussion & Info-Austausch über Blog (inkl. SuperUser, z.B. Vorstandsmitgl. mit Spezialwissen) Erfahrungsberichte Partnersuchoption E-Commerce (online Kauf (z.B. Publikationen)) Bewerten der DL (Qualität sicherstellen) Halbjährliche SEC-INFO Events & Unternehmerreisen 	<ul style="list-style-type: none"> Homepage Inhalte werden von Mitgliedern & Werbern geliefert Attraktivität Website für Werber (& umgek.) Nähe zu den Mitgliedern resp. ihren Bedürfnissen Steigerung Attraktivität der Plattform durch asymmetrische Preisgestaltung Monitoring Social Media bringt Erkenntnisse Richtigen IT-Partner & passende Technologie finden Aufwand für Social Media Präsenz Intensive Bewirtschaftung der Homepage nötig 	

Code	Slogan	Kernidee	Aktionsbereiche			Vor- und Nachteile + / -	Go / no go ✓ / ✗
			(A) Corporate Identity	(B) Synergien und Differenzierung	(C) Spezifische Dienstleistungen (DL)		
B1	K1: ‚Share your Future‘ (Forts.)	<p>Preissetzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beitrag abhängig vom Wert für Plattform • Höhere Beiträge aufgrund Mehrwert • Prämien für Mitglieder-generierung durch HKs in Zielländern <p>Kostendach:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redesign Website: CHF 100'000.- • CI & Werbung: CHF 20'000.- • Mehraufwand Personal: CHF 15'000.- <p>Finanzierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durch Sponsoren mit gleichen Zielgruppen (Anreiz: spez. Konditionen Werbung & Verkauf Prod/DL auf Plattform) <p>Zeitraumen: 3 Jahre Aufbau</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gezielte GoogleAd-words-Werbung (aufgrund von Keywords, Bezahlung pro Klick) • Content Management System (Bewirtschaftung der Homepage) 		<p>DL für Werber:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inhaltlich integrierte & deshalb attraktive Werbemöglichkeit • Gezielte Mehrkanalwerbung möglich 		
B3	K2: ‚Virtual Power‘	<p>K2: SEC als innovative Betreiberin einer virtuellen Plattform</p> <p>Virtuelle Messe- & Kongressplattform:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mitglieder interagieren online (Reduktion Transaktionskosten) • Provider EXPO-IP <p>Fokus-Zielgruppen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handel & Industrie (Pull-Effekt für DL-Unternehmen) <p>Preissetzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beitrag beinhaltet 1 Messestand & Zugang zu den virtuellen Ver-anstaltungen • Höhere Beiträge aufgrund Mehrwert • Beitrag abhängig von Branche & Herkunft • DL-Unternehmen CH subventionieren Handels- & Industrie-unternehmen ME • Beitragsabstufung basierend auf Standpaket (Basis, Standard, Premium) <p>Kostendach (bei 150 Mitgliedern):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kosten Expo-IP-Plattform-Betrieb 1.Jahr: CHF 35'000.- • Kosten Expo-IP-Platt-form-Betrieb folgende Jahre: CHF 4'200.-/Jahr 	<ul style="list-style-type: none"> • SEC-Identität verbessern • Überarbeitung der Homepage • Neue Verwendungszwecke der Homepage • Provider: www.expo-ip.com • Content Management System (Bewirtschaftung der Homepage) 	<p>Differenzierung gegenüber Wettbewerbern:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brancheninnovation • Interaktion zwischen Mitgliedern • Info-Bereitstellung durch Mitglieder • Verbesserung der Web-Inhalte & DL <p>Synergien innerhalb des Netzwerks:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wertschöpfung für zahlreiche Marktseiten • Direkte Vernetzung • Gemeinsam Plattform-Inhalte generieren & davon profitieren 	<p>Virtuelle Messe & Markt-platz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stand mieten & andere Stände besuchen • Sein Unternehmen mit Doku, Präsentationen & Videos präsentieren • Videokonferenz-Möglichkeit • Durchführung von eigenen virtuellen Events & Treffen • Vorträge, interaktive Foren, Konferenzen & Schulungen in Echtzeit besuchen & veranstalten (virtuelles Konferenzzentrum) • Netzwerkausbau & -pflege 	<ul style="list-style-type: none"> • Brancheninnovation • Attraktivität Website für Werber (& umgek.) • Nähe zu den Mitgliedern resp. ihren Bedürfnissen • Reisezeiten & -kosten sparen • Steigerung Attraktivität der Plattform durch asymmetrische Preisgestaltung • Richtigen IT-Partner & passende Technologie finden • Intensive Bewirtschaftung der Homepage nötig 	

Code	Slogan	Kernidee	Aktionsbereiche			Vor- und Nachteile + / -	Go / no go ✓ / ✗
			(A) Corporate Identity	(B) Synergien und Differenzierung	(C) Spezifische Dienstleistungen (DL)		
B3	K2: 'Virtual Power' (Forts.)	Zeitraumen: 1 Jahr Aufbau			<ul style="list-style-type: none"> • Virtuelle Veranstaltungen als Video herunterladen oder kaufen • Einfache Beschaffung relevanter Infos (Besuch Stände) • Zielgerichtete Werbung <p><u>Übrige Online-DL:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • SEC-INFO-Magazin <p><u>Marketing-Werkzeug für Mitglieder:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mitglieder nutzen Messe für eigene Marketingaktionen 		

Code	Slogan	Kernidee	Aktionsbereiche			Vor- und Nachteile + / -	Go / no go ✓ / ✗
			(A) Corporate Identity	(B) Synergien und Differenzierung	(C) Spezifische Dienstleistungen (DL)		
A5	K3: ,Online-Plattform light'	<p>K3: SEC als Anbieterin attraktiver Leistungen</p> <p><u>Homepage</u> mit öffentlichem & Login-Bereich (Members only)</p> <p><u>Soziales Netzwerk</u> als Ergänzung zur Homepage: Benutzer erstellen gemeinsam eigene Inhalte</p> <p><u>Priorisierung der Märkte</u> bezüglich Partner, Branchen, Zielländer</p> <p><u>Preissetzung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Beitrag abhängig von gewünschtem Leistungsumfang Beitragsabstufung nach Basic (gratis), Member & Gold Member <p><u>Kostendach:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Erarbeitung Success Stories mit Kunden, Web-Portal live schalten (2 getrennte Bereiche), E-Mail-Kampagne, Start Versand von periodischen Newslettern, ergänztes Leistungsangebot: CHF 60'000.- <p><u>Zeitrahmen:</u> 3 Jahre Umsetzung inkl. Kommunikation</p>	<ul style="list-style-type: none"> SEC-Identität verbessern Überarbeitung der Homepage (Success Stories integrieren) Neue Verwendungszwecke der Homepage Aufbau eines sozialen Netzwerks mit Ning Plus: www.ning.com 	<p><u>Synergien</u> innerhalb des Netzwerks:</p> <ul style="list-style-type: none"> Gemeinsam Plattform-Inhalte generieren & davon profitieren Direkte Vernetzung Zusammenarbeit stärken: Unternehmen CH & Ausland, Consultants, bilaterale HK Zielland Aufwand minimieren: Partnerorganisationen, Handelsorganisationen, ausländ. Botschaften, OSEC Einsatz reduzieren: staatliche Einrichtungen, Wirtschaftsvertreter, Schweizer Botschaft 	<p><u>Online-DL für Mitglieder:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Kundenspezifischer Newsletter Forum für themenspezifischen Online-Info-Austausch Interessengruppen bilden (Thema sichtbar, Inhalte nur ausgewählte Mitglieder) Partner-Matching-System (Suche anhand von Kriterien in Profilen) Bewertung der Member (Qualität sicherstellen) Second-Hand-Maschinenhandel Benchmarking-Tool (freiwillig, sich profilieren resp. lernen) Attraktive Werbefläche 	<ul style="list-style-type: none"> Kostengünstige Anpassungen Interessante Markt- & Konkurrenzanalysen Attraktivität Website für Werber (& umgek.) Steigerung Attraktivität der Plattform durch asymmetrische Preisgestaltung Richtigen IT-Partner & passende Technologie finden 	
A5	K3: ,Online-Plattform light' (Forts.)				<p><u>Übrige DL:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Beratung Markteintritt Veranstaltungen mit Sponsoren 		
Einzelne zusätzliche Rosinen							
A6	R4: ,United Chambers'	<p>R4: Stärke durch Vereinigung der Kammern</p> <p>Aufbau einer gemeinsamen E-Plattform für B2B-Kontakte</p>	<ul style="list-style-type: none"> Grössere Reichweite der Homepage durch Übersetzung in mehrere Sprachen 				

Code	Slogan	Kernidee	Aktionsbereiche			Vor- und Nachteile + / -	Go/ no go ✓ / ✗
			(A) Corporate Identity	(B) Synergien und Differenzierung	(C) Spezifische Dienstleistungen (DL)		
C3	R5: ‚Flagship‘	R5: Unternehmen mit Leuchtturmfunktion als Mitglieder gewinnen & nutzen <ul style="list-style-type: none"> • ...durch SEC Partnerkammern im Ausland • ...durch die Vorstandsmitglieder Flagship-Unternehmen als Passivmitglieder aufnehmen (gratis)					
C1	R6: ‚SEctionary‘	R6: SEctionary als interaktiv zusammengestelltes Informationstool <ul style="list-style-type: none"> • Online Datenbasis über Zielländer (CH&ME) • Gut organisierte & gegliederte Informationen • Für SEC-Members & andere Interessierte • Inhalt: Artikel (Ökonomie, Politik, Kultur, Recht), Adressen & Links • Analog Wikipedia • Verrechnung mit ‚Cost per Click‘ • Zusätzlich Werbeeinnahmen 					
Erläuterung zum Farbcode: "von den HSLU-Modellen zur Vorgabe für das Umsetzungsprojekt "QuoVadis"							
	Erläuterungen zum Farbcode	Kernidee = Hier ist die "idée de manœuvre" des jeweiligen Konzeptes dargestellt: - die Botschaft des HSLU-Teams - die wichtigsten Marktwirkungen - das Kostendach – ACHTUNG: diese Ausführungen basieren auf einer Startup-Aufgabe. Eine für die SEC "ab heute" gültige Projektkosten- und Betriebskostenrechnung muss nach Vorliegen des Entscheides der Mitgliederversammlung erstellt werden. - K1 – K3 sind die besten Kernideen/Konzepte. - R4 – R6 sind die den übrigen Arbeiten entnommene "Rosinen", die für die SEC-Zukunft zweckdienliche Elemente sein dürften.	Corporate Identity (CI) = - an diesen Merkmalen des Vorschlags erkennt 'man' die SEC generell - diese Merkmale springen ins Auge - hierin liegt* KundInnen-Nutzen (*offensichtlich oder nach entsprechender Aufbauarbeit)	Synergien und Differenzierung = - mit diesen vorgeschlagenen Tools ist eine wirksame Differenzierung der SEC von deren Konkurrenz zu erwarten - die im Vorschlag genannten Synergien sind nach entsprechender Aufbauarbeit zu erwarten	Dienstleistungen = "Sammelspalte", Summe der Marktleistungen der neuen SEC: - wichtigste konkrete zu erbringende Dienstleistungen in Rohfassung des jeweiligen Konzeptvorschlags - Die definitive Liste muss nach Vorliegen des Konzeptentscheids im Umsetzungsprojekt beschrieben und entsprechend kalkuliert werden	Bewertung Vorstand bisherige Kriterienliste: - bringt Umsatz - bringt Gewinn - Geschäft + Anschlussgeschäft (Kette, Repetition) - verstärkt SEC-Profil (Alleinstellung, Unverwechselbarkeit) - Investition (Entwicklungsaufwand Personal, Infrastruktur) notwendig aber planbar/verkraftbar	Go/NoGo Entscheid Vorstand

A. Übersicht Corporate Identity (CI) der SEC

(Farbcode entsprechend "Synopsis..." für Vorstand SEC-Vorstand)

Nr	CI-Bereich	Gegenstand	Information und Diskussion	Massnahmen	Kapazitätsplanung	Verantwort.	✓ / ✗
1	Visuelle Identität / Corporate Design (CD)	SEC-Logo	<ul style="list-style-type: none"> Was soll das Logo aussagen? Tut es das? 				
2		Homepage	<ul style="list-style-type: none"> Auftritt allgemein überarbeiten (modern, benutzerfreundlich, ansprechend, etc.) Welche Sprachen sind nötig? Google Ad-Words als Kontroll- und Statistikinstrument 				
3	Kommunikation / Corporate Communications (CC)	Intern	<ul style="list-style-type: none"> Kommunikation mit den Mitgliedern 				
4		Extern	<ul style="list-style-type: none"> Kommunikation mit potentiellen Mitgliedern, Nutzer der SEC-DL, Partnern Vermarktung des Know-hows der Vorstandsmitglieder? 				
5		Öffentlichkeitsarbeit	<ul style="list-style-type: none"> Medienmitteilungen Nutzung der Social Media (7-10) 				
6		Werbung					
7		Social Networks	<ul style="list-style-type: none"> Mögliche Soziale Netzwerke: Facebook, Twitter, Xing, Linkdin Macht eine Kommunikation in sozialen Netzwerken grundsätzlich Sinn? Welche Netzwerke sind sinnvoll und weshalb? Wie soll kommuniziert werden? 				
8		Weblogs/Foren	<ul style="list-style-type: none"> Als integraler Bestandteil der SEC-Homepage Nutzer diskutieren und tauschen Erfahrungen, Meinungen und Wissen zu spezifischen Themen aus Ziele: laufend aktuell, laufend neu, Vernetzung der Nutzer Finanzierung: ‚SECtionary‘ mit cost-per-click-Modell (siehe HSLU C1) 				
9		Wikis	<ul style="list-style-type: none"> Als integraler Bestandteil der SEC-Homepage Benutzer haben die Möglichkeit, aktiv am Inhalt einer Internetseite mitzugestalten -> kontinuierlich geprüfter, aktualisierter und verbesserter Inhalt / Wissen, das die Nutzer wirklich interessiert / Entstehen von neuem Wissen durch Verlinkung Ziele: Wissensmanagement, Projektdokumentation, Kommunikation 				
10	Podcast	<ul style="list-style-type: none"> Integriert in die SEC-Homepage Mediendateien (Video/Audio) zum Herunterladen 					
11	Verhalten / Corporate Behaviour (CB)	Gegenüber Öffentlichkeit					
12		Gegenüber Anspruchsgruppen					

Nr	CI-Bereich	Gegenstand	Information und Diskussion	Massnahmen	Kapazitätsplanung	Verantwort.	✓ / ✗
13	Werte, Normen, Rollen Corporate Philosophy (CP)						
14	Organisationsstruktur						
15	Leitbild	Vision	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Zukunft stellen wir uns für die SEC vor? • Vorhandene Vision beibehalten oder ändern? 				
		Mission	<ul style="list-style-type: none"> • Wie erreichen wir diese Zukunft? • Vorhandene Mission beibehalten oder ändern? 				

B. Strategische Nutzung von Synergien und Differenzierung von Partnern / Wettbewerbern der SEC

Nr	Partner / Wettbewerber	Mögliche Bereiche der Zusammenarbeit	Mögliche Art der Zusammenarbeit	Merkmale Differenzierung	Massnahmen	Kapazitätsplanung	Verantwort.	✓ / ✗
1	Osec			<ul style="list-style-type: none"> • Spezialität Ost-/Zentral-europa • Besseres Lobbying 				
2	ForumOstWest			<ul style="list-style-type: none"> • Spezialität Ost-/Zentral-europa • Besseres Lobbying 				
3	SwissCham							
4	swiss export							
5	Private Exportberater							
6	Seco							
	allgemein		Fusion, strategische Allianz, SEC=Mitglied					

C. Gesamtübersicht Angebot Spezifischer Dienstleistungen der SEC

Nr	Aktions-Bereich	DL	Beschrieb	Zielgruppe	Werkzeug	Leistungsträger	Massnahmen	Kapazitätsplanung	Verantwort.	✓ / ✗
1	Netzwerk offerieren	Online-Plattformbetreiberin / eigenes soziales Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • E-Plattform inkl. Wissensdatenbank, Kontakten, Austauschmöglichkeit • Austausch/Kauf/Verkauf Güter und DL • Soziales Netzwerk 		<ul style="list-style-type: none"> • e-Plattform • www.ning.com 		<ul style="list-style-type: none"> • Technische Umsetzung • Technischer Support 			

Nr	Aktions-Bereich	DL	Beschrieb	Zielgruppe	Werkzeug	Leistungsträger	Massnahmen	Kapazitäts-planung	Verant-wort.	✓ / ✗
2		+virtuelle Mes-sen / Kongresse	<ul style="list-style-type: none"> E-Messen organisierung Ziel für Teilnehmer: sich präsentieren, kommunizieren, Kontakte knüpfen, Geschäftsbeziehungen aufbauen 		<ul style="list-style-type: none"> www.expo-ip.com 					
3		Importförde-rung								
4		Quartalsapéro								
5	Events organi-sieren	Stammtisch								
6		...								
7		...								
-		<i>allgemein</i>	<ul style="list-style-type: none"> geografisch differenzierte Veranstaltungen was selber, was outsourcen? 							
8	Informationen bereitstellen Öffentlich-keitsarbeit PR	SEC-Info	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl pro Jahr (2)? Inhalte? 							
9		SEC-Newsletter	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl pro Jahr (2)? Inhalte? 							
10		Social Media	<ul style="list-style-type: none"> siehe CI, 7-10 							
11	Fachwissen vermitteln	Bera-tungsgespräch	<ul style="list-style-type: none"> 			•				
12		Individuelle Of-ferte	<ul style="list-style-type: none"> 			•				
13		Kontaktvermit-tlung	<ul style="list-style-type: none"> 		• Adressverwaltun-g	•				
14	Mitglieder	Auswahl an Mitglieder-Typen	<ul style="list-style-type: none"> Standard Premium Temporär Passiv 		<ul style="list-style-type: none"> Leistungsbeschr-ieb Typen Mitgliederbetre-uung 	•				
15	Leistungsver-rechnung	Mitglieder-beiträge								
		Direkte Ver-rechnung DL	<ul style="list-style-type: none"> Stundenverrechnung Effektiver Aufwand 							