Marktanalyse

Rel. Userstory ID: US010

Version: V001

Inhaltsverzeichnis

[1 Versionsgeschichte 1](#_Toc442094044)

[2 Konkurrenten und Marktposition 2](#_Toc442094045)

[3 Absatzmöglichkeiten 2](#_Toc442094046)

[4 Ermittlung des Kundenkreises 1](#_Toc442094048)

[5 Risikoanalyse 2](#_Toc442094049)

[6 Zukunftsprognose 3](#_Toc442094075)

# Versionsgeschichte

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Version** | **Datum** | **Änderungsbeschreibung** | **Bearbeiter** |
| 001 | 01.02.15 | Dokumenterstellung | Serfling |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# Konkurrenten und Marktposition

Da in unserem Projektplanungsprogramm das Vorgangsmodell „Scrum“ verwendet wird, betrachten wir bei den Konkurrenten im Sektor „Online-Projektplanung“ auch nur Programme, welche das selbe Vorgangsmodell verwenden. Diese Betrachtung zeigt auf, dass es im dem Bereich schon eine Vielzahl an Programmen gibt. Hier eine kleine Auswahl an Programmen:

* Scrumdesk
* TargetProcess
* Scrumwise
* Agiletask
* Jira
* Agilefant
* Daily-Scrum
* Agilo for Scrum

Bei der Analyse der oben genannten Programme lässt sich schnell feststellen, dass nur „Scrumdesk“ in der Online-Variante für den Benutzer kostenlos nutzbar ist. Die restlichen Programme in der Nutzung kostenpflichtig. Dieses variiert zwischen jährlicher Bezahlung mit unbegrenzter Benutzeranzahl oder monatlicher Bezahlung je nach Benutzeranzahl steigend. Somit ist der Sektor mit kostenpflichtigen Programmen schon weites gehend bedient und es würde schwer werden, in diesem Markt einzutreten. Da wir unser Programm jedoch in dem selben Teil des Sektors wie „Scrumdesk“ eingruppieren möchten, werden wir unser Programm Online kostenlos anbieten. Somit haben wir nur einen direkten Konkurrenten und der Markt ist für uns generell zugänglich und wird nur von „Scrumdesk“ bereits bedient. Um in diesen Markt nun einzutreten müssen wir die Marktbarrieren betrachten. Die Marktbarrieren zu dem Markt der „Online-Projektplanung“ sind niedrig bis mittelmäßig, da es für die Entwicklung nur das nötige Know-How der Entwicklungstechnologien benötigt. Um den Traffic für die Online-Anwendung verarbeiten zu können, wird ein Server benötig. Dies wäre ein Faktor, welche uns den Markteintritt (unter Betrachtung eines kostenlosen Angebotes) erschweren kann. Sollte wir uns aber in dem Sektor etablieren können und im späteren Verlauf eine Serverversion für die jeweiligen Firmenserver vertreiben wird dieser Faktor stark minimiert.

# Absatzmöglichkeiten

Normalerweise kann die Ermittlung von Absatzmöglichkeiten eines Produkts mit Hilfe von Berechnungen vereinfacht werden, doch dies ist bei einer Webapplikation nicht unproblematisch. Bei einem materiellen Gut werden Daten wie die Absatzmenge und das Marktvolumen der Branche zur Vereinfachung der Ermittlung von Absatzmöglichkeiten genutzt.

Dies ist jedoch bei Webapplikationen nicht der Fall, denn eine kostenfreie Webapplikation hat keine reale Absatzmenge. Daher werden zur Ermittlung der Absatzmöglichkeiten andere Daten genutzt. Beispielsweise spielt die Anzahl der täglichen- oder monatlichen Benutzer der Webseite und die Menge der Schlüsselwörter welche von Suchmaschinen auf die Webapplikation führen eine große Rolle.

Bei unseren Nachforschungen der Konkurrenz sind wir bis auf eine kostenlose Applikation nur auf kostenpflichtige Scrum-Webapplikationen gestoßen. Die hohe Anzahl von kostenpflichtigen Scrum-Webapplikationen führt zu einem stetigen Wettbewerb im Markt. Dies macht es als Neueinsteiger extrem schwer einen Fuß in der Branche zu finden.

Die einzige kostenlose Scrum-Webapplikation, die uns bekannt ist, ist scrumdesk.com welche eine geschätzte Anzahl von 1900 Hits/Tag aufweist. Im Markt der kostenpflichtigen Webapplikationen sieht dies jedoch ganz anders aus. Beispielsweise hat agilefant.com 2500 Hits/Tag und scrumwise.com sogar 7600 Hits/Tag. Im das Marktvolumen der kostenlosen Scrum Webapplikationen ist also noch sehr gering. Jedoch wird es dadurch auch einfacher einen großen Marktanteil zu gewinnen.

## Quellen

Als Quelle für die Daten der Besucherstatistiken diente die Webseite wolframalpha.com, welche selbst ihre Daten von dem Online-Dienst Alexa bekommt. Alexa ist ein US-amerikanisches Tochterunternehmen von Amazon.com. Es handelt sich um Benutzerstatistiken vom 27.01.2016.

# Ermittlung des Kundenkreises

Unser Produkt ist eine zielgerichtete Anwendung, welche schon durch ihren Verwendungszweck nur für eine spezielle Kundengruppe ausgerichtet ist: kleine Projektteams von maximal 15 Personen die an kleineren bis größeren Projekten arbeiten.

Für eine Webplattform wie unsere sind vor allem hohe Benutzerzahlen wichtig, um diese später z.B. durch Werbung zu monetarisieren. Um trotz der speziellen Kundengruppe hohe Zahlen zu erreichen, sollten für uns die vielen verschiedene Kontexte relevant sein, in denen die Projektteams arbeiten. Hierbei betrachten wir nicht nur deutsche Kunden, sondern wollen einen internationalen Kundenkreis für unser Projekt gewinnen.

Daraus ergeben sich die folgenden Segmente, welche für uns enorm wichtig sind: private Projekte, geschäftliche/gewinnorientierte Projekte und bildungsorientierte Projekte.

Heutzutage organisieren auch viele Privatpersonen Projekte, welche ohne viel Planungs- und Dokumentenlast auskommen sollen. Dafür ist Scrum und somit unsere Webplattform ideal als Ergänzung oder Kommunikationsplattform zwischen den Teilnehmern geeignet.

Der geschäftliche Bereich kann sich ebenso für uns als lukrativ erweisen, wobei statt Werbung eine werbefreie Abo-Variante angeboten werden sollte, um sich vom privaten Kunden abzugrenzen und professionelleres arbeiten zu ermöglichen. Der Fokus hier sollte auf kleinere private Unternehmen bzw. Start-Ups sein, da Scrum für größere Projekte und damit größeren Unternehmen eher ungeeignet erscheint.

Um auch zukünftig für Nachwuchs zu sorgen und dieses Vorgehensmodell für weitere Kunden attraktiv zu machen, ist auch der schulische Bereich enorm wichtig. Vor allem im Informatik Bereich findet Scrum immer mehr Anklang. Deshalb sollte der Fokus vor allem auf Berufsschulen und Universitäten liegen, denen wir eben so werbefreie Lizenzen anbieten sollten.

# Risikoanalyse

## Risikobewertung

### Projektrelease verzögert sich

**Ursachen**

* Die Kapazitäten des Projekts wurden falsch geplant.
* Es gab Ausfälle bei Mitarbeitern und/oder Technik.

**Schadenshöhe: *Hoch***

* Die Marketingpläne für das Produkt verzögern sich.
* Die Stakeholder könnten unzufrieden sein.

**Eintrittswahrscheinlichkeit: *Hoch***

* Das Projektteam ist unerfahren mit den verwendeten Technologien

### Zielgruppe nimmt Produkt nicht an

**Ursachen**

* Es wurde die falsche Zielgruppe beworben.
* Das Produkt ist mangelhaft.
* Es wurde nicht auf Differenzierung von anderen Produkten geachtet.

**Schadenshöhe: *Hoch***

* Das Produkt erreicht nicht die gewünschten Userzahlen.

**Eintrittswahrscheinlichkeit:** ***Mittel***

* Produkt wird bei Release Basis-Scrum-Funktionen umfassen, aber nicht genügend einzigartige Features.
* Produkt ist umsonst, dies ist ein Pluspunkt der für die Akzeptanz des Produkts sprechen könnte.

### Seite wird von Suchmaschinen nicht priorisiert

**Ursachen**

* Es werden qualitativ oder quantitativ schlechte Keywords verwendet.
* Es wurden keine Werbepartner gefunden

**Schadenshöhe: *Mittel***

* Suchmaschinen sind nur ein Teil der Produktverbreitung.

**Eintrittswahrscheinlichkeit: *Mittel***

* Marketingteam kennt sich sehr gut mit Produkt aus, um gute Keywords zu finden.
* Suchmaschinenalgorithmen sind schwer zu analysieren, daher schwer zu sagen, welche Art Keywords optimal sind.

### Produkt nutzt lizensiertes Material der Konkurrenz

**Ursachen**

* Es wurde sich nicht genug mit den Konkurrenzprodukten auseinandergesetzt.
* Die Konkurrenz zeigt seine Lizenzen nicht.

**Schadenshöhe: *Sehr hoch***

* Die Website könnte wegen Lizenz/Urheberrechtsverletzung abgeschaltet werden.
* Änderungen müssten vorgenommen werden, in deren Zeitraum die Seite evtl. nicht verfügbar sein könnte.

**Eintrittswahrscheinlichkeit: *Mittel***

* Das Marketingteam ist sich über lizensiertes Material nicht bewusst.
* Das Produkt ist klein genug um „unter dem Radar“ zu bleiben.

### Unzuverlässiger Serverdienstleister, Server ist oft nicht erreichbar/Gefahr von Datenverlust

**Ursachen**

* Das Marketingteam hat sich nicht gut genug über Serverdienstleister informiert.
* Kein Budget für Servermietung führt zu Server mit schlechter Uptime/Qualität.

**Schadenshöhe:** ***Hoch***

* Servererreichbarkeit sollte immer gewährleistet sein.
* Datenverlust führt zu Verlust von Kunden.

**Eintrittswahrscheinlichkeit: *Mittel***

* Der Server ist zunächst self-hosted, dadurch hat das Team die Kontrolle über die Serververfügbarkeit.
* Könnte später ein Problem werden, da kein Budget für solide Servermietung vorhanden ist.

# Zukunftsprognose

Da der Trend bei Projektarbeiten heutzutage immer mehr in die Richtung der agilen Vorgehensmodelle geht, wird dieser Sektor der Projektplanung immer weiter wachsen. In naher Zukunft wird sich diese Vorgehensweise neben den herkömmlichen bzw. traditionellen Modellen etablieren können. Zusätzlich dazu wird Homeoffice immer beliebter und die Zentralisierung auf einer Online-Plattform hilft, neben der Unterstützung des „Paperless-Office“-Prinzips, den Teilnehmern von beliebigen Standorten aus genauestens informiert zu sein.

In Anbetracht unserer Software hoffen wir in der Zukunft neben der aktuell kostenlosen Version auch für Unternehmen eine Enterprise-Version auf dem Markt zu bringen und uns noch fester im diesem Marktsektor zu verankern.