16.03.2023

IT-und Onlineproduktmanagement

Teil sich auf in strategisches, taktisches und operatives IT-und Onlineproduktmanagement und ist die Schnittstelle zwischen Technik und Wirtschaft/Management

**Strategisches IOPM**

* Produktstrategien mit den Zielen
  + Die generierunh von Wettbewerbsvorteilen am Absatzmarkt als Voraussetzung für die Gewinnerzielung

(Gewinn = Umsatz – Kosten)

**Wettbewerbsvorteil**

* Hat zwei zentrale Merkmale:
  + Einzigartigkeit
  + Konkurenzvorsprung
* Messung in Form der sog. Kundenmehrwertkategorien

**Mehrwertkategorien**

* Qualität 🡪 Zeit
* Service 🡪 Kosten des Kunden ( um das Prod. zu nutzen)

Messung des Wettbewerbsvorteils des eigenen Leistungsangebots

* Schwere Immitierbarkeit

Schutz des Wettbewerbsvorteils durch einen „Burggraben“ (z.B. Marktzutrittskontrolle)

Produktstrategien sind ausgerichtet auf die Generierung von Wettbewerbsvorteilen ( gemessen an den Mehrwertkategorien MWK) und die Sicherung des Marktvoteils (MV, gemessen am Burggraben)

**Taktisches IOPM**

* Überführung des Marktvorteils in die Gewinnkonzepte ( = Geschäftsmodelle; Buisiness Models)
* Innovationsmanagement

**Einflussfaktoren für Gewinnkonzepte**

* Alleinstellungsmerkmal
* Zielgruppe / Eingrenzung des Absatzmarktes
* Kontaktkanäle
* Zentrale Ressourcen (Rohstoffe, etc.)
* Organisation der Werschöpfung

Einflussfaktoren bewirken:

* Umsatzwirkung 🡪 Kostenwirkung

**Innovationsmanagement**

Management vin Neuerungen im dynamischen Marktumfeld

* Innovationen sllen den Wettbewerbsvorteil sichern und weiterentwickeln

**Operatices IOPM**

Gewinnrealisierung im Alltagsgeschäft (Bestellungen, Kundenkontakt, etc...)

**IT-Produkte**

Vermarktbare Leistungen/Leistungsbünel idern IKT (Informations und Kommunikationstechnik)

* Hardware
* Software
* Beratung

**IT-Produkte und Implementierungsebenen (Implementierungslogik)**

1. Geschäftsprozesse 🡪 ökonomische Logik

Fachkonzept (BPMV, UML, ARIS)

1. IT-Services / Applikationen

Zur unterstützung der 🡪 technische Logik

Geschäftsprozesse

1. Infrastrunktur

**Digitale Produkte**

Digitalisierte Resultate wirtschaftlicher Leistungserbringung

* Digitale Informationsgüter
* Digitale Güter
* Digitale Dienstleistungen

Produkt, Prozess (der Benutzung), Anbieter / Händler sind digital

Alle Möglichen Kombinationen:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Produkt | Prozess | Anbieter / Händler | Beispiel |
| d | d | d | E-Book |
| d | d | p | i-Tunes / Steam Gutschein im Laden |
| d | p | p | Software-CD im Laden |
| P | P | P | Lebensmittel im Einzelhandel |
| p | p | d | Einbauküche im Online-Shop |
| p | d | p | Drucken eines 3D Objekts im Laden |
| d | p | d | Blu-Ray od. DVD im Onlineshop bestellen. |
| P | d | p | 3D Druckdatei online kaufen |

**Online Produkte**

* Liegen in digitaler Form vor
* Werden mithilfe einer Programmiersprache realisiert
* Sind über elektrische Netzwerke aufrufbar
* Werden im Browser oder in der App genutzti0

