

What you buy is what you get!

Definition und Implementierung einer weltweit gültigen Produktdefinition für die IT-Dienstleistungstochter eines global agierenden Konzerns

Herausforderung

Die bestehende Struktur der IT-Dienstleistungstochter eines internationalen Pharmakonzerns folgte zwar dem Ansatz eines globalen Serviceproviders für den ganzen Konzern, allerdings waren die regionalen Einheiten in weiten Teilen keiner zentralen Governance und Steuerung unterstellt. Entsprechend unterschiedlich waren die Leistungen, die den Konzernbereichen weltweit angeboten wurden, obwohl diese teils selbst sehr zentralisiert waren. Im Rahmen einer globaleren Ausrichtung des IT-Dienstleisters sollten für den Bereich der IT auch die Produktportfolios der verschiedenen Regionen angeglichen werden – eine gleiche Leistung wie der Arbeitsplatz sollte weltweit auch identisch angeboten werden. Zu diesem Zweck wurde ein Projekt zur Harmonisierung der Produkte aufgesetzt, das vom Bereich Produktmanagement getrieben und verantwortet wurde.

Lösungsansatz

Zunächst wurde eine einheitliche Basis für den Aufbau eines weltweit koordinierten Produktmanagements erstellt:

- _ Vorbereiten von Definitionen zukünftig zentral verantworteter Produkte
- _ Schaffen einer einfachen und handhabbaren Produktstruktur
- _ Anpassen der Leistungsabrechnung an die neuen Produktstrukturen

Die Produktdefinition setzt sich aus mehreren Bestandteilen zusammen. Neben einer genauen Beschreibung waren die Strukturelemente Service-Level-Beschreibung, Preismodell, Varianten und Modularität zu füllen. In der Produktdefinition bildete im Wesentlichen das Preismodell eine Orientierungsgröße. Hier war eine größere Varianz für die unterschiedlichen Kunden des IT-Dienstleisters notwendig.

Darüber hinaus mussten regionale Spezifika wie der jeweilige Telekommunikationsprovider in der Produktdefinition berücksichtigt werden.

Ergebnisse

- _ Einheitliche Standardprodukte, die die Kunden des IT-Dienstleisters weltweit in gleicher Ausprägung und Qualität kaufen können
- _ Eine einheitliche Basis für den Aufbau eines weltweit koordinierten Produktmanagements in der Zukunft
- _ Definition weiterer zukünftig zentral verantworteter Produkte und Leistungen
- _ Möglichkeit der Berücksichtigung von regionalen bzw. lokalen Besonderheiten und Notwendigkeiten im Rahmen von Produktvarianten

Die Service-Level-Beschreibung umfasst auf höchster Ebene zunächst das gesamte Service Level des Produkts, lässt sich aber bis auf die unterschiedlichen Delivery Bestandteile detaillieren. Damit wird sichergestellt, dass ein einheitliches Verständnis über das Service Level besteht.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Gerne erhalten Sie von uns weitere Informationen.

Ihr Ansprechpartner:

Jörg Bassen
Vorstand und Senior Partner

4C GROUP AG
Elsenheimerstr. 55a
D-80687 München
Telefon +49 89 599 882-0