

Ing. Schönberg Christian

Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



<http://schoenberg.company>

Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 - 2014

[Impressum hier klicken](#)



Hinweis: Weitere kostenlose
Softwaretools und Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Outsourcing:

Allgemeines:

Outsourcing wird auch als **Auslagerung** bezeichnet und bedeutet, dass bestimmte Aufgaben an **externe Dienstleister** übergeben werden.

Dies stellt eine spezielle Form des **Fremdbezugs** dar, die zumeist mittels **Verträgen** über Dauer und Gegenstand der Leistungen fixiert werden.



Outsourcing zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass die **Kosten** sehr genau **kalkulierbar** sind. Gerade bei einem **Geschäftsstart** wo eigene **Ressourcen** oftmals noch nicht ausreichend vorhanden sind, bietet sich Outsourcing an.

Auch können **Full-Service-Dienstleister** in Anspruch genommen werden. Dabei beschränken sich die eigenen Leistungen auf das **Liefern** von **Waren**. Alle anderen Aufgaben wie das Erstellen von webfähigem **Content**, die Pflege des Content Management System (CMS) bis hin zur Versendung von **Newslettern** an Kunden werden dann vom Dienstleister erstellt. Einen wesentlichen Nachteil dabei stellt allerdings die **Verkleinerung** der eigenen **Einflussnahme** dar.

Wachsen dann die Online-Umsätze, erreichen aber auch die **Dienstleisterkosten** zumeist einen nicht unerheblichen Anteil der Gesamtkosten, sodass die "**Make-or-buy**"-Frage erneut in den Mittelpunkt rücken könnte.

Auch ein teilweises **Insourcing** (**Wiedereingliederung** von zuvor ausgelagerten Prozessen und Funktionen in das Unternehmen) könnte dann in Betracht kommen.

Dabei stellen sich die **Fragen**, welche Aufgaben selber besser oder günstiger erstellt werden können, welche **Erfolgsfaktoren** essentiell (bedeutsam und entscheidend) sind und was lediglich **Commodities** (Handelswaren) sind.

die Make-or-Buy-Frage stellt sich zumeist in Bezug auf:

- **Shop-Management:** dies stellt zumeist ein Kernkompetenz dar. Damit können das Sortiment, die Preise und Aktionen bestimmt werden.

- **Shop-Plattform:** Open-Source oder Standardshops sind zumeist günstiger und einfach zu warten. Außerdem sind Updates und Neuerungen einfach zu aktualisieren. Die Eigenprogrammierung bzw. die ausgelagerte Entwicklung ist teurer, fördert dafür das Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb.

- **CRM (Customer Relationship Management):** Die Kundendaten sind sozusagen das Gold des Unternehmens und stellen zumeist eine Kernkompetenz dar.

Make-or-Buy

FAZIT: Outsourcing stellt eine zu bevorzugende Maßnahme für ein schnelleres Unternehmenswachstum dar, sollte aber genau geprüft werden.

Auswahl von Agentur

Mögliche Probleme

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

- **Online Marketing:** Dabei ist abzuwägen, ob intern genügend Ressourcen bzw. Know-How vorhanden sind oder ob Performance-orientiertes Outsourcing an Marketingagenturen vorteilhaft ist.

Kriterien zur Auswahl von Agenturen für Outsourcing:

- **Erfahrung:** dabei sollten vor allem Referenzen berücksichtigt werden.
- **Reputation (Ruf):** diese kann zumeist in Suchmaschinen recherchiert werden
- **Empfehlung:** sollten aber von unabhängigen Empfehlungen stammen
- **Transparenz:** zu empfehlen ist eine vertragliche Regelung der Maßnahmen
- **erfolgsbasierte Abrechnung:** steigert die Motivation der Agenturen
- **Machbarkeit:** sollte von der Agentur im vor hinein geprüft werden
- **Unabhängigkeit:** Konflikte können entstehen, wenn die Agentur Teil einer Unternehmensgruppe ist

Outsourcing beim Kundenservice:

Dabei sollte nicht nur auf den **Warenkorbwert** geschaut werden, sondern vor allem auf die **Kundenbeziehung** und **-zufriedenheit**. Laut einigen Studien meiden 40% der Kunden einen bestimmten Shop zwei Jahre lang, wenn diese eine schlechte Erfahrung mit dem Kundenservice

gemacht haben. Negativ anzuführen sind dabei zu **lange Antwortzeiten**, mangelnde oder **fehlende Kundenhistorie**, unzureichende **Wissensdatenbanken**, usw. Da Kundenservice zu einer wichtigen Kernkompetenz gehört, sollte ein Outsourcing dabei genau geprüft werden.

mögliche Probleme:

Probleme können vor allem dadurch entstehen, wenn **mehrere externe Dienstleister** zur Zusammenarbeit gezwungen sind bzw. auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten sollen. Sei es aus **Kompetenzrangelien**, Unklarheiten über **Befugnisse**, aufgrund von **Profilierungen** bzw. unterschiedlicher Ziele können **Konflikte** entstehen. Oftmals werden diese dann auf den Schultern der Kunden ausgetragen.

um **Konflikte** zu vermeiden:

- bereits im Vorfeld die **Aufgaben** und **Herausforderungen** klar formulieren
- **Entscheidungsbefugnisse** festlegen
- regelmäßige **Online-Meetings** aller Agenturen um gemeinsame Ziele und Fortschritte, aber auch Probleme zu besprechen
- **Kunden** sollten von Konflikten und Problemen möglichst **nichts mitbekommen**
- kommt es bei Problemen nicht in einem festgelegten Zeitrahmen nicht zu einer Lösung, sollten **Beteiligte** auch **entfernt** werden

