LU03e - Die ValueChain Analyse

Die **Value-Chain-Analyse** ist ein strategisches Werkzeug zur Identifikation und Optimierung von Unternehmensaktivitäten, die zur Wertschöpfung beitragen. Sie analysiert sämtliche Prozesse, vom Rohmaterial über Produktion bis hin zu Vertrieb und Kundenservice. Ziel ist es, Kosten zu senken, Effizienz zu steigern und Wettbewerbsvorteile zu erlangen. Mit dieser Analyse können Unternehmen Optimierungspotenziale aufdecken und ihre Marktposition verbessern. Durch systematische Prozessverbesserungen wird die langfristige Wettbewerbsfähigkeit gesichert.



Die Value-Chain-Analyse identifiziert dabei die nachfolgenden Aktivitäten, die Ihrerseits in Primär - und unterstützende Aktivitäten aufgeteilt sind:

Primäraktivitäten

1. Inbound-Logistik Beschaffung von hochwertigen elektronischen Komponenten von zuverlässigen Lieferanten.

2. Operationen Die eigentliche Produktion oder Erstellung des Produkts oder der Dienstleistung.

** 3. Outbound-Logistik** Lagerung und Versand an Einzelhändler oder direkt an Endkunden.

4. Marketing und Vertrieb Förderung, Werbung, Verkauf und Vertriebskanäle.

** 5. Service**

- Kundendienst
- Garantie Leistungen
- Reparaturen und andere Formen der Kundenunterstützung

Unterstützende Aktivitäten

1. Beschaffung Aufbau von langfristigen Partnerschaften mit Lieferanten für kontinuierliche Materialversorgung.

** 2. Technologieentwicklung ** Investitionen in Forschung und Entwicklung für innovative Elektroniklösungen.

** 3. Personalmanagement** Schulung der Mitarbeiter in den neuesten Technologien und kontinuierliche Weiterentwicklung.

4. Infrastruktur des Unternehmens Effektive Verwaltungssysteme, finanzielle Planung und Qualitätskontrollmassnahmen.

Durchführung einer Value-Chain-Analyse

** 1. Identifikation der Aktivitäten** Liste aller Aktivitäten in der Wertschöpfungskette.

** 2. Kostenanalyse ** Bestimmung der Kosten für jede Aktivität.

** 3. Wertschöpfungsanalyse** Bewertung, welche Aktivitäten den meisten Wert für den Kunden schaffen.

** 4. Analyse der Wettbewerbsvorteile ** Identifizierung, welche Aktivitäten dazu beitragen, differenzierte Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

Primäre Aktivitäten

**1. Inbound-Logistik ** Beschaffung von hochwertigen elektronischen Komponenten von zuverlässigen Lieferanten.

**2. Operationen ** Montage der Elektronikprodukte unter Verwendung modernster Fertigungstechnologien.

3. Outbound-Logistik Effiziente Lagerung und schneller Versand an Einzelhändler oder direkt an Endkunden.

4. Marketing und Vertrieb Gezielte Werbung in digitalen Kanälen und Vertrieb über Online-Plattformen sowie traditionelle Einzelhändler.

** 5. Service** Kundensupport, Garantieleistungen und regelmäßige Softwareaktualisierungen für eine optimale Produktleistung.

Quelle

- ChatGPT: „Erstelle ein Lehrmittel zum Thema Value-Chain-Analyse und ergänze diese durch ein Beispiel“

Volkan Demir

From:
https://wiki.bzz.ch/ - **BZZ - Modulwiki**

Permanent link:
https://wiki.bzz.ch/modul/m241/learningunits/lu03/theorie/05?rev=1770211865

Last update: **2026/02/04 14:31**