



Die IT muss ihre Rolle neu erfinden.

Die heutige IT Landschaft befindet sich in einem Wandel, der viele IT Organisationen vor erhebliche Probleme stellt. Die IT hat ihren Führungsanspruch als „Opportunity“ Treiber verloren. Im Laufe der Zeit ist sie mehr und mehr zu einer reinen Dienstleistungsorganisation geworden, welche ihre Dienstleistungen an die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden ausrichtet. Der Druck seitens Business auf die IT wird kontinuierlich erhöht, ihren Beitrag an der Wertschöpfung klar auszuweisen und auch zu argumentieren. Dieser Zwang zur Rechtfertigung der eigenen Dienstleistung und der daraus resultierenden Kosten, zwingen die IT Organisation dazu, intern bzw. extern ihre Leistungen zu vermarkten – Marketing zu betreiben! Nötig sind bedürfnisgerechte IT-Dienstleistungen, Transparenz und eine klare und verständliche Kommunikation.

Die Zeiten, in denen die Aufgaben von IT Organisationen von lediglich technischer Natur waren, sind vorbei. Die Unternehmen und die sie unterstützenden IT Abteilungen sind immer enger miteinander verknüpft, Kerngeschäftsprozesse sind in hohem Masse abhängig von der IT. Die IT muss ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten und nachweisen können. Daraus resultierend, müssen die IT Dienstleistungen transparent und allgemein verständlich sein. Die Services werden im Hinblick auf Qualität, Zeit und Kosten erfasst und müssen sich an marktüblichen Leistungskennzahlen messen lassen. Die IT muss ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten und diesen auch nachweisen können. Kann sie das nicht, gerät sie auch in Zukunft bei Budgetkürzungen schnell in Argumentationsnotstand.

So ändern sich auch die Anforderungen an das Berufsbild der IT-Fachleute. Vom Technokraten hin zum effizienten Verwalter von Produkten und Dienstleistungen aus der IT. Eine Entwicklung, die in den USA bereits vor einigen Jahren Einzug gehalten hat. Es findet ein Wandel vom technisch machbaren hin zum betriebswirtschaftlich vernünftigen statt.



Eine Möglichkeit als IT-Verantwortlicher, den neuen Bedürfnissen des Marktes gerecht zu werden, liegt sicher in der stetigen Weiterbildung in anderen Management-Bereichen. Ein erster Schritt in diese Richtung bietet die BC Basel Consulting Group mit ihrem 1. Marketingseminar an, welches speziell auf die Bedürfnisse der IT-Welt zugeschnitten ist. Es richtet sich an IT-Spezialisten, die ihre Produkte intern erfolgreicher „verkaufen“ und ihre Abteilung klar positionieren wollen bzw. müssen. Es geht um Inhalte wie unterschiedliche Zielgruppen in einem Unternehmen und deren Bedürfnisse, Segmentierungskriterien, Produktevaluationen, Marketingstrategien und –pläne, Positionierungen und Kommunikationsschwerpunkte.

BC Basel Consulting Group AG

gegründet 1993

Hauptsitz Basel, weiterer Standort Dubai

Geschäftsleitung und Inhaber:

Thomas Lingner, Zeno Dahinden, Stephan Eggenberger

Schwerpunkt: Service Management

Tätigkeiten: Consulting, Training und Sourcing

Erfolg ist kalkulierbar – getreu diesem Motto unterstützt BC Basel Consulting Group AG ihre Kunden an der Schnittstelle zwischen Business und IT mit innovativen **Konzepten und Denkanstößen**. Beginnend bei **Audits** über das **Design komplexer Arbeitsprozesse** und deren Unterstützung durch die IT über die **Kommunikation** bis zur Entwicklung **kundenspezifischer Softwareprodukte**.

Adresse des Hauptsitzes:

BC Basel Consulting Group AG

Steinentorstrasse 39

CH-4051 Basel

Tel. +41 (0)61 225 46 46, Fax +41 (0)61 225 46 47

www.bc-ag.com, info@bc-ag.com

Ansprechperson zum Seminar:

Petra Dreyfus, Marketing Consultant

petra.dreyfus@bc-ag.com, Tel. +41 (0)61 225 46 46

Ansprechperson BC Basel Consulting Group AG:

Stephan Eggenberger, Partner

stephan.eggenberger@bc-ag.com, Tel. +41 (0)61 225 46 40