



info**gralis**

Information. Delivered.

Competitive Intelligence
& Market Insights

Was wir für Sie tun können ... (1/2)

Haben / Kennen / Betreiben Sie ...

... eine kontinuierliche Markt- & Wettbewerbsbeobachtung?

... die Finanz-Kennzahlen Ihrer Wettbewerber?

... Strategie, Marketing & Produktportfolio der Marktteilnehmer?

... für die wichtigsten Wettbewerber eine Kurzzusammenfassung?

Die infogralis AG bietet ...

... den Aufbau einer Markt- & Wettbewerbsbeobachtung

... die Auswertung von Quartalsberichten

... einen Competitor Scan inkl. Key Learnings & Handlungsempfehlungen, Newsletter

... Firmenprofile inkl. Stärken/Schwäche-Analyse

Was wir für Sie tun können ... (2/2)

Haben / Kennen / Betreiben Sie ...

... Informationen über Ihre Kunden?

... Ausbau Ihres Geschäfts (Branchen, Stückzahlen)

... die Marktentwicklung, Markttrends & Ihre eigene Unternehmensposition?

... einen Strategieprozess?

Die infogralis AG bietet ...

... Kundenanalysen und Kundenbefragungen

... Identifizierung von Wachstumspotentialen (bestehende & neue Branchen)

... Marktanalysen inkl. Positionierung, Messebesuchen

... Markt-/Wettbewerbspositionierung, Portfolio-Management, Strategie & Planung

Was wir für Sie tun können ...



Was wir für Sie tun können ...



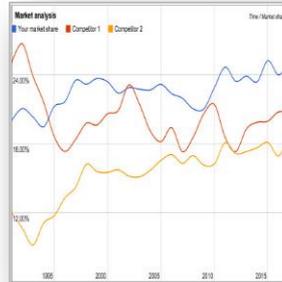
Sammlung quantitativer und qualitativer Daten

Umwandlung der Daten durch Klassifizierung, Verdichtung, Kontextualisierung und Berechnung

Transformation der aggregierten, analysierten und interpretierten Informationen in strategisch nutzbares Wissen

Auf Basis analytischer Resultate können unternehmerische Handlungsoptionen erarbeitet und Potentiale erkannt werden

8.561,00 CHF	285.000,00 CHF	291.700,00 CHF	4.200,00 CHF	
7.932,00 CHF	274.915,60 CHF	312.886,13 CHF	2.162,43 CHF	
9.625,00 CHF	287.740,88 CHF	324.360,91 CHF	2.258,28 CHF	
9.704,00 CHF	297.533,00 CHF	329.884,53 CHF	3.220,84 CHF	
6.471,00 CHF	308.892,20 CHF	348.979,29 CHF	2.426,13 CHF	
8.228,00 CHF	317.130,40 CHF	363.709,33 CHF	2.916,90 CHF	
9.317,00 CHF	330.000,60 CHF	377.324,88 CHF	2.616,98 CHF	
9.749,00 CHF	341.130,80 CHF	392.368,34 CHF	2.876,15 CHF	
8.008,00 CHF	353.689,00 CHF	403.522,84 CHF	2.793,37 CHF	
8.437,00 CHF	369.167,20 CHF	413.004,89 CHF	2.816,28 CHF	
2.267,00 CHF	369.058,00 CHF	422.262,54 CHF	2.875,24 CHF	
8.881,00 CHF	390.004,00 CHF	431.256,44 CHF	2.942,83 CHF	
7.811,00 CHF	395.460,27 CHF	441.439,11 CHF	3.044,70 CHF	
2.865,00 CHF	386.162,63 CHF	458.704,66 CHF	3.116,66 CHF	
4.124,00 CHF	395.182,90 CHF	467.481,98 CHF	3.191,59 CHF	
9.139,00 CHF	413.915,52 CHF	478.756,15 CHF	3.279,21 CHF	
4.949,00 CHF	421.609,14 CHF	491.863,37 CHF	3.357,67 CHF	
4.966,00 CHF	431.606,77 CHF	500.663,21 CHF	3.427,93 CHF	
6.770,00 CHF	437.097,39 CHF	514.189,51 CHF	3.503,78 CHF	
3.306,00 CHF	447.298,02 CHF	529.868,07 CHF	3.572,66 CHF	
7.017,00 CHF	455.948,84 CHF	535.897,48 CHF	3.645,15 CHF	
5.997,00 CHF	462.972,26 CHF	546.022,75 CHF	3.688,63 CHF	
3.340,00 CHF	468.624,88 CHF	553.261,78 CHF	3.779,82 CHF	
82 CHF	478.501,18 CHF	566.372,49 CHF	3.862,41 CHF	
82 CHF	488.523,48 CHF	580.360,60 CHF	3.968,31 CHF	
7,30 CHF	6.775,00 CHF	500.131,78 CHF	585.251,30 CHF	4.063,0 CHF
7,30 CHF	8.361,00 CHF	509.140,07 CHF	607.869,94 CHF	4.156,5 CHF
17,30 CHF	8.191,00 CHF	517.880,37 CHF	618.885,30 CHF	4.192,1 CHF
17,30 CHF	8.483,00 CHF	614.752,67 CHF	619.629,50 CHF	4.273,1 CHF



DIENSTLEISTUNGSPORTFOLIO

Markt- & Wettbewerbsbeobachtung

Auswertung von Quartalsberichten

- Finanzielle Kennzahlen
- Ausblick für das nächste Quartal bzw. das laufende Geschäftsjahr
- Zusammenfassung der Quartals-Highlights

Wettbewerbsradar / Competitor Scan

- Kontinuierliche Betrachtung (Strategie, Marketing und Produktportfolio) von ausgewählten Wettbewerbern
- Bewertung der Neuigkeiten
- Ableitung von Key Learnings und Handlungsempfehlungen

Marktanalysen / Marktplanung

- Methodenwissen für Marktplanungen
- Analyse von Märkten anhand von Studien und Wettbewerbern

Markt- & Wettbewerbsbeobachtung

Firmenprofile

- Firmenüberblick und Finanzkennzahlen
- Strategie
- Stärken-Schwäche-Analyse

SWOT-Analysen

- Darstellung der Stärken und Schwächen
- Ableitung von Handlungsoptionen und potentiellen Risiken

Messeberichte

- Vorbericht: angekündigte Highlights der Wettbewerber
- Highlight-Bericht als Kurz-Zusammenfassung
- Nachbericht: tatsächlich gezeigte Highlights der Wettbewerber

Newsletter

- Monatlich oder quartalsweise
- Markt und Wettbewerb

Kundenanalysen / Kundenbefragungen

- Überblick über den Kunden: Firmenüberblick und Finanzen
- Analysen zu ausgewählten kundenspezifischen Themen
- Gewinnung von Informationen über Zufriedenheit, Erwartungen und Kaufgewohnheiten aktueller / potentieller Kunden

Markt- & Wettbewerbsbeobachtung

Beispiel: Auswertung von Quartalsberichten

infogralis

Quarterly report

ACME Ltd
Q1/2015 - October 1 to December 31, 2014

Main topics

- Strong revenue (+1%) and profit performance (+8%).
- Sales growth was led by region 1 and region 2.
- Business segment „ACME Div. 1“ performed well (+1%).
- Acquisition of BMY Ltd. (USA), provider of service in industry XYZ.

ACME Ltd.			
In EUR	Q1/2015	Change y-o-y	Change q-o-q
Orders	1'899	+40%	+11%
Revenue	1'574	-1%	-12%
EBIT	347	+6%	+12%
EBIT Margin	22.0%	+140 bps	-20 bps
Net income	224	+6%	+1%
Free Cash Flow	28	-3%	-1%
EPS	1.06	+1%	-2%

All figures in EUR

Outlook

- FY15: Sales expected to be 6'6 (+2.5% to 5.5% y-o-y organic).
Initiated
- FY15: EBIT Margin expected to be -21% (+80bps).
Initiated
- FY15: EPS expected to be 4.80 to 4.95 (+7% to +10% y-o-y organic).
Initiated

23 March 2015 confidential / infogralis AG 1

infogralis

Q1/2015

- December 2014: Acquisition of BMY Ltd. (USA), provider of service in industry XYZ.
 - Aim of acquisition.
 - Sales (2013): 10'.
 - Employees (2013): 55.
 - Transaction will be completed in Q3 2015.
- Sales increased by +2% (y-o-y organically).
- Sales for product segment 1 grew by +7% (y-o-y organically) with traction off the mid-range portfolio.
- Sales for product segment 2 increased by +4% (y-o-y organically).
- EBIT increased due to higher organic sales, strong productivity and favorable mix, partially offset by higher spending.

- Verticals
 - Consumer industry in emerging markets like China, Latin America and Mexico: new investment to expand capacity.
 - Consumer industry in mature economies: reduce cost, drive higher levels of productivity and change of packaging style.
- Oil & Gas business will decline in upstream and benefit in downstream (chemicals and petrochemicals).
- Repurchase of 1.2 Mio. Shares for 145'.
- No additional restructuring actions are planned at the moment.

23 March 2015 confidential / infogralis AG 2

infogralis

Regional development

Regional sales / order development			
In EUR	Q1/2015	Change y-o-y	Change q-o-q
Europe	837	+0%	-7%
North America	297	-2%	-15%
South America	134	+7%	-16%
Asia	208	+0%	-19%
Other	100	+0%	-14%

- Regional revenue growth (y-o-y organically).
- Sales in EMEA decreased by -1% due to weakness in emerging market (esp. South Africa, Turkey and Russia). Sales in Western Europe grew by +1.8%.
- Sales in North America. USA was flat as expected. Product business increased by +3% and solution and service business decreased as expected with -4%. Underlying market remains healthy, order growth in mid-single digits. Solid sales growth in Canada by -8% off a low base. Reasons are project timing and an easy comparison y-o-y. Some pickup in most other markets (consumer, automotive) than sans oils.
- Sales in Asia increased by +2% due to a decline in China sales by -2% (project timing) but orders were in up mid-single digits. Strong growth in India with +9%.
- Latin America with robust growth (+18%) and good growth opportunities in Mexico (consumer and transportation) and Brazil (consumer and resource based industries).
- Sale in emerging markets increased by +4.4%.

Division / Segment development

ACME Division 1

- Sales increased by +5% (y-o-y organically).
- EBIT Margin (+80 bps) increased primarily due to higher organic sales and strong productivity, partially offset by increased spending.

ACME Division 2

- Sales increased by +0.5% (y-o-y organically).
- EBIT Margin (+150 bps) increased primarily due to strong productivity and favorable mix, despite sales decline.

Division / Segment growth			
In EUR	Q1/2015	Change y-o-y	Change q-o-q
ACME Div. 1	837	+0%	-7%
ACME Div. 2	297	-2%	-15%

23 March 2015 confidential / infogralis AG 3

Markt- & Wettbewerbsbeobachtung

Beispiel: Wettbewerbsradar / Competitor Scan

infogralis

Summary Overall Competitors

Overview view

Business Field 1

ACME 1	🟡
ACME 2	🟢
ACME 3	🟢
ACME 4	🟢
ACME 5	🟢
...	🟢

Business Field 2

ACME 6	🟡
ACME 7	🟡
ACME 1	🟢
ACME 3	🟢
ACME 5	🟡
...	🟡

Definition

- News, to be monitored: 🟡
- Important, there is a minor critical news and measures has to be taken 🟢
- STOP, there is a major critical news: 🟠

Oktober 2017

infogralis

ACME 1

News, Key Learnings & Measures

🟡

Strategy

World	Sales growth	Profit
ACME 1	+6%	18.4%
ACME 1 Div. 1	+8%	22.0%
ACME 0	+2%	35.3%
ACME 0 Div. 1	+1%	n.a.
ACME 0 Div. 2	+8%	n.a.

🟢 Established new factory in India (100 employees).

Sales & Marketing

- 🟡 Strengthens marketing of OEM-initiative in EMEA / Germany.
- 🟢 Established a new Business Field 1 Centre in Turkey to provide technical consulting, training and support.

Product Portfolio

- 🟢 Extend the XYZ portfolio with several new XYZ variants.

Key Learnings & Measures

- 🟡 ACME will attack our customer base; sales regions should be informed (Mr. Marketing X, 02/2017).

Oktober 2017

Markt- & Wettbewerbsbeobachtung

Beispiel: Firmenprofil

infogralis

Company Overview

Headquarter

- Company name: ACME
- Company address: Street 101, location 201, country
- Homepage: www.example.com
- Form of organization: Stock company / Limited
- Founded: 1974

Portfolio

Acquisitions and Co-operations

- 2015: Acquisition of Company 1 (USA – System Integrator)
- 2014: Co-operation with Company 2 (Germany – development)
- 2012: Partnership with Company 3 (China) for Business Field
- 2010: Acquisition of Company 4 (UK – Service Provider)

infogralis

Company ACME - Finance

Company sales in Mio. EUR

Year	Sales (Mio. EUR)	Profit (Mio. EUR)
2011	22,733	2,953
2012	23,939	2,901
2013	27,175	3,329
2014	30,441	3,142

Sales by regions in %

Year	America (%)	Europe (%)
2011	12%	27%
2012	13%	28%

Employees

Year	Employees
2011	116,000
2012	116,500
2013	133,600
2014	146,100

Sales per division in %

Year	America (%)	Europe (%)
2011	12%	27%
2012	13%	28%

Oktober 2017

infogralis

Strengths / Weaknesses Analysis

Strengths of competitor

- Worldwide No. 1 in *BF 1* with a large installed base in USA.
- Complete product portfolio in the field of products *z*.
- Strong performance in North America and the Asian business for *BF 2*.
- Strategic alliances with market leaders (company 1, 2, 3) to complete portfolio.
- Good regional Go-to-Market strategy.

Weaknesses of competitor

- Strong dependency on home market, whereas expansion into other markets pushed forward.
- Portfolio gaps for products *a, e* and *g* in *BF 3*.
- No products for products *k* and *l* in *BF 4*.
- Missing application know-how outside home market.

Strategic goals of competitor

- Increase market presence in Asia (e.g. China), Latin America and Eastern Europe in order to reach sales target.
- Focus on new products for the industry approach renewable energy.
- Sales diversification with increasing resources in new applications (a, b, c), expansion of solution & service resources and expansion of global presence & broader industry access.

Oktober 2017

Markt- & Wettbewerbsbeobachtung

Beispiel: Kundenanalysen

infogralis

Allgemeiner Überblick inkl. Finanzen

Headquarter

- Firmenname: ACME
- Adresse: Ort, Land
- Internetadresse: <http://www.example.com>
- Unternehmensform: Gesellschaft mit beschränkter Haftung
- Gründung: Datum

Geschäftstätigkeit, Mitarbeiter

infogralis

Allgemeiner Überblick inkl. Finanzen

Finanzen

- Hohes Liquiditätsrisiko und hohes Risiko des Vermögensverlustes
 - Bilanzsumme:
 - ACME weist in eine sehr geringe Bilanzsumme von EUR 12 aus
 - Summe aus Aktiva (Vermögen) und Passiva (Kapital) ist sehr gering.
 - Die Muttergesellschaft XYZ bilanziert eine Bilanzsumme von EUR 4,575 Mio
 - Vermutlich besteht ein Vertrag zur Gewinnabführung.
 - Umlaufvermögen minus kurzfristiger Verbindlichkeiten (=Working Capital)
 - Sowohl ACME als auch die Muttergesellschaft weisen einen negativen Wert
 - Ein Teil das Anlagevermögens wird kurzfristig finanziert und damit können
 - Eigenkapital:
 - ACME weist von 2010 – 2014 ein negatives Eigenkapital aus.
 - Das bilanzierte Vermögen reicht zur Deckung der Verbindlichkeiten nicht.

Quelle: 1, 2, 3
Oktober 2017

infogralis

Allgemeiner Überblick inkl. Finanzen

ACME

Muttergesellschaft XYZ

• Bilanzsumme

Jahr	2010	2011	2012	2013	2014
Wert	1	1	1	23	12

• Umlaufvermögen minus kurzfristige Verbindlichkeiten

Jahr	2010	2011	2012	2013	2014
Wert	27	-104	-114	-118	-123

Quelle: 1, 2
Oktober 2017

• Bilanzsumme

Jahr	2010	2011	2012	2013	2014
Wert	5,998	5,662	3,993	4,674	4,575

• Umlaufvermögen minus kurzfristige Verbindlichkeiten

Jahr	2010	2011	2012	2013	2014
Wert	27	837	-1,205	620	-438

Markt- & Wettbewerbsbeobachtung

Beispiel: Kundenbefragung

Kundenbefragung Ablauf

infogralis

Konzeption der Befragung

- Herausarbeiten der Ziele und der gewünschten Ergebnisse
- Definition von Zielgruppe und Stichprobenumfang
- Bestimmung Befragungsumfang und Fragenkatalog
- Auswahl der zu befragenden Kunden

Durchführung der Befragung

- Anschreiben und Informationen an die Kunden
- Terminvereinbarungen für Vor-Ort-Interviews
- Durchführung der Befragung / Erhebung der Daten

Auswertung und Präsentation der Ergebnisse

- Auswertung der Informationen
- Darstellung und Bewertung
- Positionierung gegenüber Wettbewerbern
- Optimierungspotenzial
- Vorstellung der Ergebnisse vor Ort / per Web Meeting
- Dank an beteiligte Kunden

Januar 2018

Confidential, infogralis AG

Kundenbefragung Beispiel eines Fragebogens

infogralis

Bewertungskriterien

- Was soll bewertet werden?
- Wo besteht Informationsbedarf?

Wünsche / quantitative Ziele

- Welche konkreten Wünsche werden äußern Kunden?

Bewertung

- Für das eigene Unternehmen & den Wettbewerber
- Was sind die Hintergründe von Bewertungen?

Nr.	Bewertungskriterium	Gewichtung	Wünsche / quantitative Ziele	Bewertung Unternehmen x	Bewertung „Wettbewerber“
1	Lieferzeit				
2	Liefertermintreue				
3	Produktqualität				
4	Produktdokumentation				
5	Erreichbarkeit				
...					

Gewichtung

- 1 Sehr wichtig
- 2 Wichtig
- 3 Neutral
- 4 Weniger wichtig
- 5 Unwichtig

Wünsche / quantitative Ziele

- Was ist wichtig für den Kunden?
- Ableitung von Handlungsschwerpunkten

Bewertung

- 1 Sehr gut
- 2 Gut
- 3 Neutral
- 4 Schlecht
- 5 Sehr schlecht

Januar 2018

Confidential, infogralis AG

Identifizierung von Wachstumspotentialen

Produkt- und Marktanalyse

- Ermittlung der Ist-Situation
- Analyse von Produkten und Herstellern in ausgewählten Märkten



Realisierung

- Matching der Produktdaten
- Anpassung / Erarbeitung der Strategie & Maßnahmen inkl. Erfolgscontrolling



Steuerung und Strategie

Portfolio- Management

- Darstellung und Analyse des kompletten Unternehmens bzw. Unternehmensbereiches (Markt, Wettbewerber, Vertrieb, Marketing, R&D Produkt-Management, Finanzen)
- Know-How in Organisation von Workshops für Management-Präsentation

Strategie & Planung

- Bestimmung der notwendigen Veränderungen in der Unternehmensstrategie
- Periodische Überprüfung der Umsetzung und Zielerreichung

VORSTELLUNG UND KUNDENLISTE

Claudia Eisenhardt



infogralis AG:
Founder



Siemens AG:
Referent Strategic Planning (Automatisierung)



Siemens AG:
Marketing Specialist (Automatisierung)



Universität Mannheim (Deutschland):
Diplom-Kauffrau



University of Wales, Swansea (Großbritannien):
Exchange Scheme Diploma

Kundenliste





infogralis
Aktiengesellschaft

Claudia Eisenhardt
Founder

claudia.eisenhardt@infogral.is

www.infogral.is

+41 79 683 55 93

Schürlirain 5

3172 Niederwangen

Schweiz