



**Международно Висше Бизнес Училище**  
**International Business School**

# **КАЗУС**

**№8**

**НА ТЕМА:**

**НОВАТОРИ В ОБЛАСТТА НА ИНОВАЦИОННОТО БИЗНЕС  
МОДЕЛИРАНЕ**

**Изготвил:**

**Проверил:**

**2018**

Проблемът е казуса или по-точно основното предположение е, че иновационното бизнес моделиране води до създаване на бизнес бариери за останалите конкуренти, особено за тези, които искат да приспособят същия бизнес модел.

**Въпрос 1:** Защо и други компании, имащи подобен профил, не са се решили да тръгнат към широко копиране и прилагане на идеята (прототипа на модела) за управление на парка от инструменти (напр. фирмата Bosch), а са оставили Hilti дълго време да доминира на пазара с новото си предимство?

Управлението на Hilti се отличава от останалите с бързо и добро обслужване. Hilti е направила своите потребители, не просто да пазаруват, а да изпитва удоволствие от покупката на даден продукт и неговото последващо използване. Със своите продукти компанията де факто влиза в дома на клиента включително пробивайки дупки, потребителите да отъждествяват дупката с Hilti. Компанията е създавала уникална близост с клиента, което е довело до създаване на стойност както за потребителите, така и акционерна стойност за компанията<sup>1</sup>. Допълнително Hilti не дава отстъпка на своите клиенти, но сключват рамкови споразумения които обещаваат по-ниски цени. Това е т.нар. дял от портфейл.

Други компании са се опитали да копират тази система като Bosch и Würth, но и двете имат проблеми, които Hilti няма. Втората не произвежда инструменти. Bosch продава своите инструменти на дребно и има проблеми с осигуряването на поддръжката и ремонта.

За да остане водещ доставчик на инструменти, Hilti се стремят да изпълнят желанията на своите клиенти възможно най-бързо – да пробият бързо една дупка.

---

<sup>1</sup> <https://www.alexandria.unisg.ch/export/DL/137350.pdf>