

WHITEPAPER

DAS FOKUS-MODELL

Das Tool für eine ergebnisorientierte Analyse Ihrer
Kundenorientierung.

DER SCHÖPFER DES MODELLS

„Mit dem Fokus-Modell ist es gelungen, die hochkomplexen Wirkungszusammenhänge der Kundenorientierung mess- und analysierbar zu machen.“

Die Ergebnisse des TOP SERVICE Deutschland helfen Ihnen, Ihre Kunden besser zu verstehen und Ihre Kundenorientierung langfristig zu stärken.

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg

Direktor des Instituts für marktorientierte Unternehmensführung (IMU),
Universität Mannheim



ZUM FOKUS-MODELL

EXZELLENT KUNDENFORSCHUNG LEICHT GEMACHT

Das Fokus-Modell erhebt den Status quo der Kundenorientierung Ihrer Organisation.

Durch unsere Befragungen und Analysen erhalten Sie:

01

Klarheit über Kundengruppen

Wer sind Ihre Kunden und welche Präferenzen und Wünsche haben sie aktuell?

02

Stärken-Schwächen-Profil

Ein umfassendes Bild Ihrer Kundenorientierung, über alle Ebenen und Funktionen hinweg.

03

Treiberanalysen für Ihren Erfolg

Die Basis für erfolgreiche, datengetriebene Kundenstrategien.

Deutschlandweit das erste Analyseinstrument, das das Strategiethema Kundenorientierung ganzheitlich erfasst. Entwickelt von TOP SERVICE Deutschland in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg.

AUSSEN STRUKTUR. IM KERN **WIRKUNG.**

01 RAHMENBEDINGUNGEN

Top Management Commitment · Unternehmenskultur

02 UNTERNEHMENSSTEUERUNG

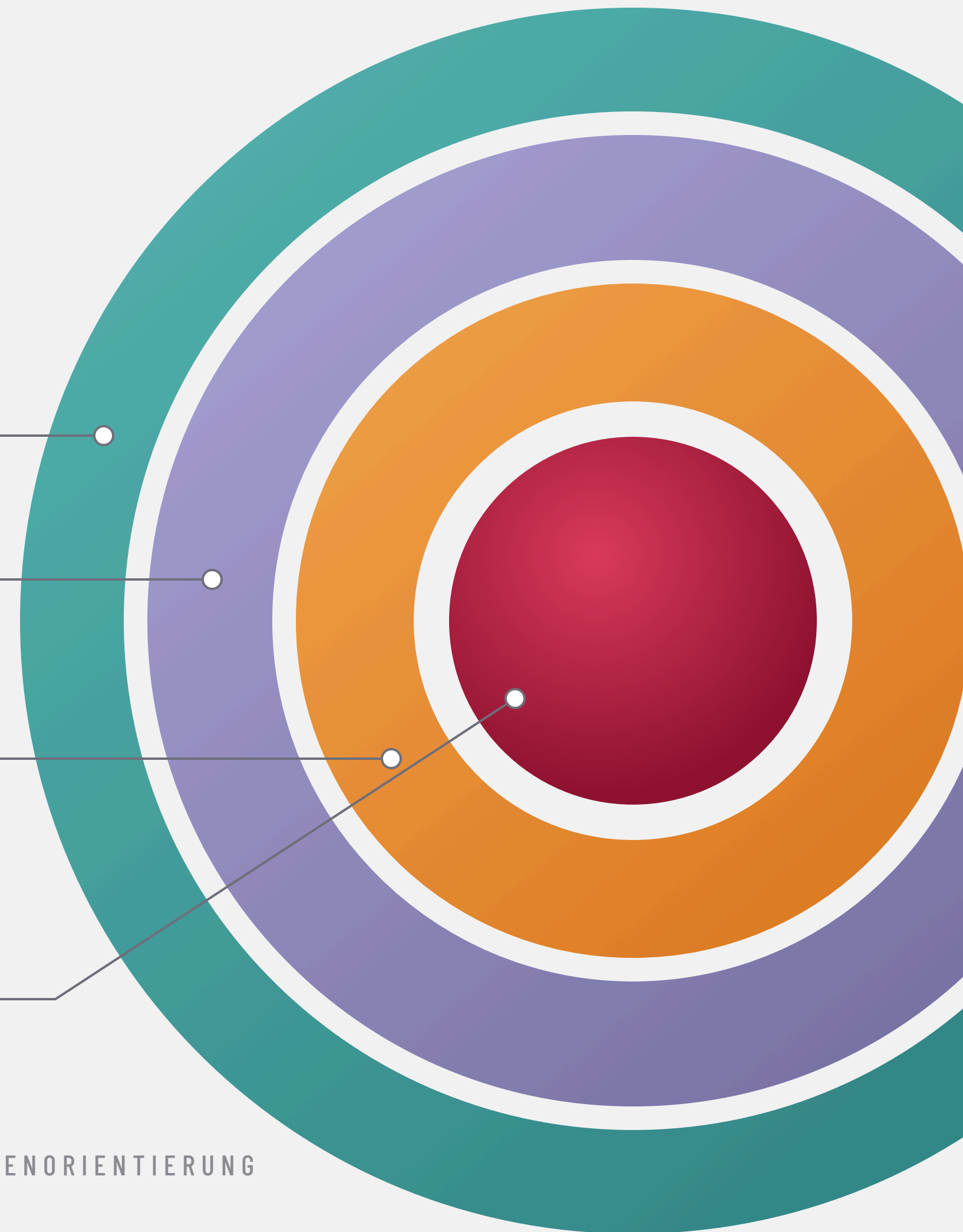
Organisationsgestaltung · Strategie · Führungsverhalten ·
Personalmanagement

03 KUNDEN-INTERAKTION

Kundenbezogene Prozesse & Informationen · Produkt- &
Dienstleistungsangebot · Preispolitik · Kommunikations- & Markenpolitik ·
Vertriebspolitik · Erfolgsmessung & -steuerung

04 KUNDENWIRKUNG

Kundenzufriedenheit · Kundenvertrauen · Kundenloyalität



VOM BAUCHGEFÜHL ZUR DATENBASIS

Jede Wirkung beim Kunden ist die Summe aller kundenbezogenen Aktivitäten eines Unternehmens, über eine Vielzahl von Kanälen und Dimensionen. Selbst für Top-Führungskräfte ist dieser Überblick kaum noch zu leisten.

DER STATUS QUO

Führungskräfte in Marketing, Vertrieb und Service verlassen sich auf ihr Gefühl, grobe Schätzungen werden zur Basis strategischer Entscheidungen.

MIT DEM FOKUS-MODELL

Datengetriebene, faktenbasierte Strategien: Kommunikation, Marke, Vertrieb, Preis und Angebot werden konsequent an den Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet.

Echte Kundenorientierung entsteht erst, wenn sämtliche Steuerungsfaktoren einer Organisation an den Wünschen der Kunden ausgerichtet werden.

KUNDENORIENTIERUNG ZAHLT AUF DIE RENDITE EIN

UNTERNEHMENSKULTUR

Markt- & Kundeninformationen	0,48***
Intensität im Kundenkontakt	0,54***

STEUERUNG

Kundenorientierte Führung	0,20***
Mitarbeiterorientierte Führung	0,32***
Kundenorientierte Personalpolitik	0,37***

KUNDEN-INTERAKTION

Umgang mit Kundeninformationen	0,37***
Kundenorientierte Erfolgsmessung	0,46***

Alle drei Bereiche korrelieren direkt mit der **UMSATZRENDITE**

*** hochsignifikanter Zusammenhang: managementseitige Analyse der umsatzrelevanten Dimensionen des Fokus-Modells

DIE ROLLE DES MANAGEMENTS

KUNDENORIENTIERUNG BEGINNT OBEN

Die Rahmenbedingungen sind die Metaebene des Modells:
Eine kundenzentrierte Unternehmenskultur und ein hohes
Commitment des Top-Managements prägen jedes Handeln
der Organisation, explizit wie implizit.

Deshalb befragt TOP SERVICE Deutschland nicht nur Ihre
Kunden, sondern führt gezielt eine Managementbefragung und
ein Managementgespräch durch.

IHR MANAGEMENT DENKT ...

Selbstbild: Gezielte Befragung der Führungsebene

IHRE KUNDEN SAGEN ...

Fremdbild: Befragung Ihrer Kunden und falls möglich
wechselwilliger Kunden des Wettbewerbs

SELBSTBILD TRIFFT FREMDBILD

Diese Doppelperspektive macht die Analyse am
Markt einzigartig.

ANALYSEN, DIE ETWAS BEWIRKEN

„Das Fokus-Modell ist eine einzigartige Analysemethodik von Europas bedeutendstem Marketing-Forscher, für Unternehmen, die sich mit Wettbewerbsvorteilen auf Basis exzellenter Kundenstrategie absetzen wollen.“



Christian Offer

Marketing & Research Manager

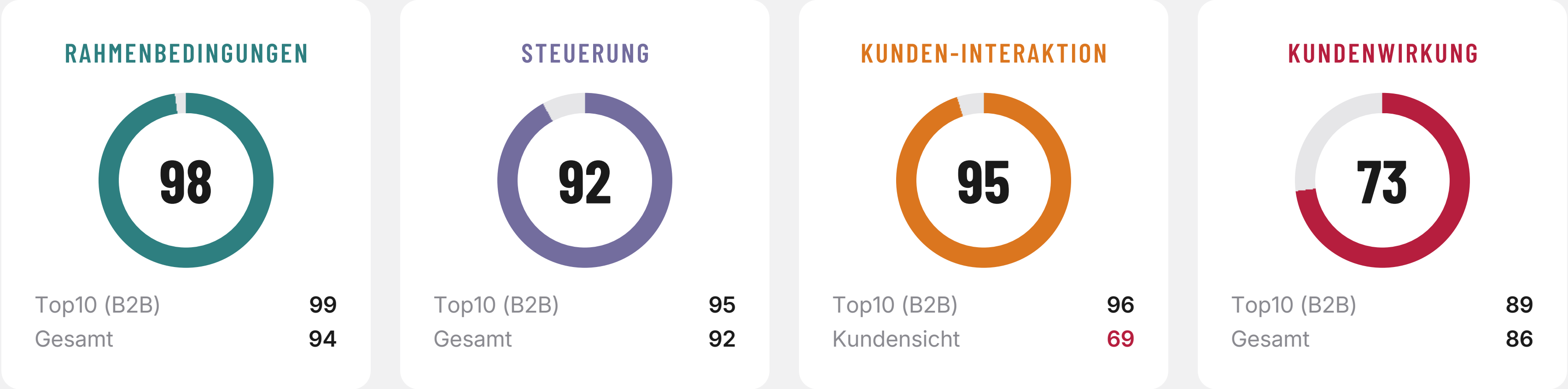
„Unsere Berichte eröffnen Managern einen ganzheitlichen Blick auf die relevanten Zielgruppen: Alle Kundenbedürfnisse verstehen, Schwächen aufdecken und Handlungsempfehlungen liefern.“



Christian Roeb

Geschäftsführender Gesellschafter

IHRE KUNDENORIENTIERUNG AUF EINEN BLICK



*Einblick in anonymisierten Ergebnisbericht. Indexwerte 0–100, Benchmark: Top10 (B2B) und Gesamtfeld

SELBSTBILD TRIFFT FREMDBILD

■ Ihr Management denkt ... ■ Ihre Kunden sagen ...



*Einblick in anonymisierten Ergebnisbericht. Die 4 Fokus-Dimensionen bestehen aus weiteren Fokus-Konstrukten; Kunden- und Managementsicht werden zu einer ganzheitlichen Betrachtung zusammengeführt.

ANTWORTEN AUF FRAGEN WIE ...

- 01 Wie unterscheiden sich meine Kundengruppen, und welchen Anteil haben sie am Kundenstamm?
- 02 Welche Faktoren stärken oder schwächen Kundenloyalität und Kundenzufriedenheit?
- 03 Welche Stärken, Schwächen und Chancen existieren in meinen Kundengruppen? (Treiberanalysen)
- 04 Wie entwickeln sich unsere erfolgsrelevanten Customer-KPIs?

Auf Basis des Fokus-Modells erhalten Sie die datengetriebenen Analysen und Handlungsempfehlungen, die Sie für erfolgreiche Kundenstrategien brauchen.

IHRE KENNZAHLEN

NPS

48

Kundenvertrauen

91

Top-Management

85

TREIBERANALYSE: WIRKUNG AUF DIE KUNDENLOYALITÄT

Produkt- & Serviceerlebnis



Preispolitik



Kundenbezogene Prozesse



Kommunikation & Marke



*Beispielhafte Treiberstärken aus anonymisiertem Ergebnisbericht

KONTAKT

SPRECHEN WIR ÜBER IHRE KUNDENORIENTIERUNG

Christian Roeb

Geschäftsführender Gesellschafter

+49 221 6699435-5

roeb@topservicedeutschland.de

Terminbuchung



TOP SERVICE
DEUTSCHLAND