

Presse-Information

Ansprechpartnerin: Dipl.Ök. Birgit Bruns

BBCommunications | Elisabethstr. 40 | 40217 Düsseldorf

Fon +49 (0)211 248 67 37 | Mobil +49 (0)171 225 44 74 | Mail bruns@bbcommunications.de | Home www.bbcommunications.de

In schwierigen Zeiten wachsen

Wie Unternehmen ihre eigene Konjunktur steuern

Umsätze auch in turbulenten Konjunkturphasen steigern - Neue Methode erhöht den Unternehmenserfolg - Mit Customer Value Management bestehende Potentiale ausschöpfen

Frankfurt a.M., den 31. März 2010. Gerade in Krisenzeiten gilt es für Unternehmen vorhandene Potenziale bestmöglich zu nutzen. Viele Unternehmen sind sich jedoch ihrer Umsatz-Chancen nicht in vollem Umfang bewusst. Häufig wird sehr viel Aufwand in die Gewinnung neuer Kunden investiert, was in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld schwer fällt und oft nicht zum gewünschten Erfolg führt. Daneben werden die Möglichkeiten bei bestehenden Kunden oder Interessenten häufig nicht erkannt und nicht oder nur teilweise ausgeschöpft.

Wer seine Kunden wirklich kennt, gewinnt

Natürlich sind Qualität und Preis die Basis einer jeden wirtschaftlichen Entscheidung. Aber gerade in Zeiten des globalen Wettbewerbs gleichen sich Qualität und Preise von Produkten und Dienstleistungen immer mehr an und der eigentliche Entscheidungsgrund verschiebt sich. Was aber bewegt die Kunden, sich für einen Anbieter zu entscheiden? Jeder Kunde ist auch Mensch und trifft seine individuelle Kaufentscheidung zum Teil aus persönlichen Beweggründen. Neben den reinen Produktvorteilen spielen häufig Service- und Beratungsleistungen eine entscheidende Rolle. Ebenso kann das Image eines Unternehmens oder einer Marke ausschlaggebend für einen erfolgreichen Abschluss sein. Die Folge ist, dass Unternehmen, die die eigentlichen Motive ihrer Kunden wirklich kennen, speziell auf diese eingehen und steuern und ihre Erfolgsquote signifikant erhöhen können.

LINK Value Deutschland bietet mit der CustomerValue Management Methode, die auf einer wegweisenden Entwicklung vom IGS Institut, St. Gallen, basiert, Unternehmen erstmals die Möglichkeit, genau diese Kaufmotive in einem kontinuierlichen Prozess zu erheben und zu analysieren. Durch Hinzufügen von finanziellen Kennziffern, wie z.B. Umsatz, Konditionen, Rentabilität etc. ergibt sich ein ganzheitliches Bild jedes einzelnen Kunden, das als Grundlage für individuelle Vertriebsmaßnahmen dient.

Über ein interaktives Cockpit auf dem Bildschirm werden die Daten der Kunden dargestellt. Dort werden sie grafisch aufbereitet und - herunter gebrochen bis auf die Einzelperson – gegenübergestellt. Anwender erkennen so schnell Korrelationen von harten und weichen Kennzahlen und können diese wichtigen Erkenntnisse sofort in ihrer Unternehmens- und Vertriebssteuerung

LINK Value Deutschland GmbH

Burgstraße 106
60389 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0)69-94 540 340
Fax: +49 (0)69-94 540 105
www.link-value.com

Geschäftsführer

Ralf Roth, Mikel Stahl, Stefan Langenauer
Registergericht: Frankfurt HRB 87082
Ust-IdNr.: DE268341685

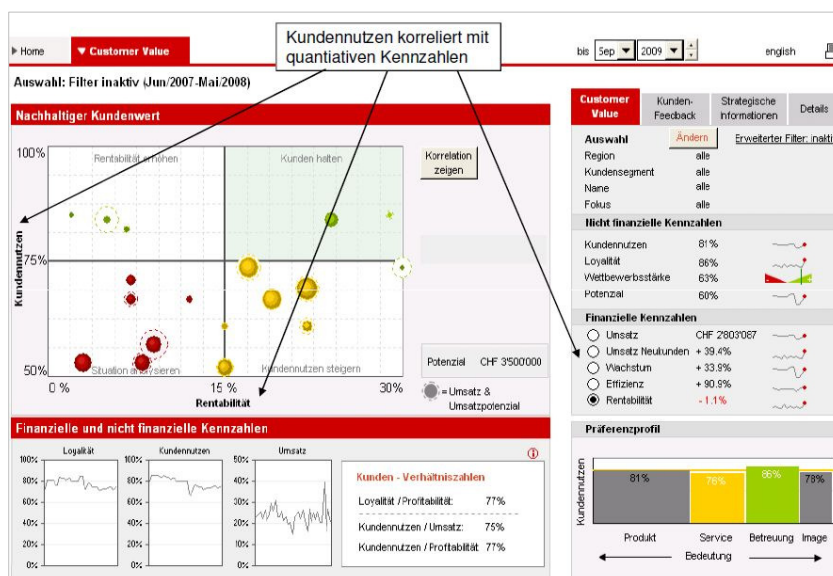
Bankverbindung

Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG
Kto-Nr.: 605 893 139
BLZ: 503 201 91
IBAN: DE74 5032 0191 0605 8931 39
SWIFT: HYVEDEMM430

umsetzen. Optional können die Ergebnisse auch in das eigene CRM-System des Kunden integriert werden, das dadurch deutlich aufwertet wird.

Schneller zum Ziel mit effizienteren Verkaufsgesprächen

Ein weiterer entscheidender Unterschied zu den Instrumenten der herkömmlichen Kundenzufriedenheitsforschung ist die Möglichkeit individuelle Informationen jedes einzelnen Ansprechpartners direkt im Gespräch nutzen zu können. Mit Hilfe der vorliegenden Daten können sich Vertriebsmitarbeiter sehr viel besser auf Verkaufsgespräche vorbereiten und sie schneller zum Erfolg führen. Sie sehen genau wie hoch zum Beispiel das Umsatzpotenzial des Kunden, sein Nutzen oder seine Loyalität ausgeprägt sind und wo seine Entscheidungstreiber liegen. Über die grafische Aufbereitung bekommen Verkäufer und Berater konkrete Hinweise welche Ziele sie im Gespräch mit dem Kunden verfolgen sollen und wie ihr Unternehmen am meisten profitiert. Denn in den Grafiken können Vertriebsmitarbeiter auf einen Blick erkennen, wie ihr Kunde „tickt“ und so Maßnahmen zur Stärkung der Kundenbeziehung ergreifen. Je mehr die Unternehmen und ihre Verkäufer über die eigenen Kunden wissen, umso größer ist die Chance in ihrem Sinne erfolgreich zu handeln und Verträge zum Abschluss zu bringen. Das Wissen, was Kunden persönlich wichtig ist, ist der Schlüssel zum Erfolg.



Über das interaktive Cockpit werden quantitative und qualitative Kennzahlen grafisch aufbereitet und gegenübergestellt. Anwender erkennen so Korrelationen von bestimmten Kennzahlen schnell und können diese wichtigen Erkenntnisse sofort in der Unternehmens- und Vertriebssteuerung umsetzen.

Grafik: LINK Value Deutschland GmbH

Kontakt: Birgit Bruns
 BBCommunications
 Tel. +49 (0)211 248 67 37
 Fax +49 (0)211 248 67 38
 Email bruns@bbcommunications.de

LINK Value Deutschland GmbH
 Burgstraße 106
 60389 Frankfurt am Main
 Tel.: +49 (0)69-94 540 340
 Fax: +49 (0)69-94 540 105
 www.link-value.com

Geschäftsführer
 Ralf Roth, Mikel Stahl, Stefan Langenauer
 Registergericht: Frankfurt HRB 87082
 USt-IdNr.: DE268341685

Bankverbindung
 Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG
 Kto-Nr.: 605 893 139
 BLZ: 503 201 91
 IBAN: DE74 5032 0191 0605 8931 39
 SWIFT: HYVEDEMM430

Über LINK Value Deutschland

Die LINK Value Deutschland GmbH ist als mehrheitliche deutsche Tochterfirma der LINK Marketing Services AG, Luzern, zu der auch das LINK Institut gehört, Anbieter von innovativen Relationship-Management Systemen und übernimmt die Projektbetreuung, d.h. die Erhebung von individuellen Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen sozialer Gruppen sowie die Interpretation der Ergebnisse.

Mehr Informationen dazu finden Sie unter www.link-value.com

Über das LINK Institut

Das LINK Institut, gegründet 1981, ist Marktführer für ad-hoc Umfrageforschung in der Schweiz mit einem Marktanteil von etwa 25%. In Deutschland ist es seit 1986 mit einer eigenen Niederlassung in Frankfurt präsent.

Das Unternehmen erzielte 2009 in der Schweiz und in Deutschland einen Gesamtumsatz von ca. 23 Mio. Euro. Die Dienstleistungen des LINK Instituts reichen von der Konzeption von Umfragen über die Datenerhebung und -auswertung bis zu modernster Datenanalytik und der handlungsrelevanten Umsetzung der Ergebnisse. Das Institut führt Studien für viele Branchen durch, wie zum Beispiel für die Konsumgüterindustrie, den Handel, für Finanzdienstleistungs- und Telekommunikationsunternehmen, im Gesundheitswesen und für öffentliche Institutionen.

Mehr Informationen dazu finden Sie unter www.link-institut.de

Über die LINK Gruppe

Die LINK Gruppe verfügt über Büros in Luzern, Zürich, Lausanne, Lugano und Frankfurt am Main. Darüber hinaus befinden sich Büros in München und Hamburg im Aufbau. Zurzeit arbeiten etwa 100 Festangestellte und 1400 Teilzeitmitarbeiter für die LINK-Gruppe.

Mehr Informationen dazu finden Sie unter www.link.ch

Über das ISG Institut

Das ISG Institut, mit Sitz in St. Gallen / Schweiz hat eine wegweisende Messmethode entwickelt, die es ermöglicht, weiche Faktoren wie Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen zu erfassen, abzubilden und in die Unternehmenssteuerung zu integrieren. Das ISG beliefert mit seinen Ansätzen und Tools u.a. international tätige Beratungs- und Technologieunternehmen und gilt heute als Innovationstreiber im Bereich des Consulting und der Business Intelligence sowie als Wegbereiter einer neuen Dimension von Controlling-Systemen.

Mehr Informationen dazu finden Sie unter www.isg-institut.ch

LINK Value Deutschland GmbH

Burgstraße 106
60389 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0) 69-94 540 340
Fax: +49 (0) 69-94 540 105
www.link-value.com

Geschäftsführer

Ralf Roth, Mikel Stahl, Stefan Langenauer
Registergericht: Frankfurt HRB 87082
USt-IdNr.: DE268341685

Bankverbindung

Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG
Kto-Nr.: 605 893 139
BLZ: 503 201 91
IBAN: DE74 5032 0191 0605 8931 39
SWIFT: HYVEDEMM430