

Wertreiber-Wandel

stabil

komplex

dynamisch

gestern

Anlagevermögen,
Produktportfolio

heute

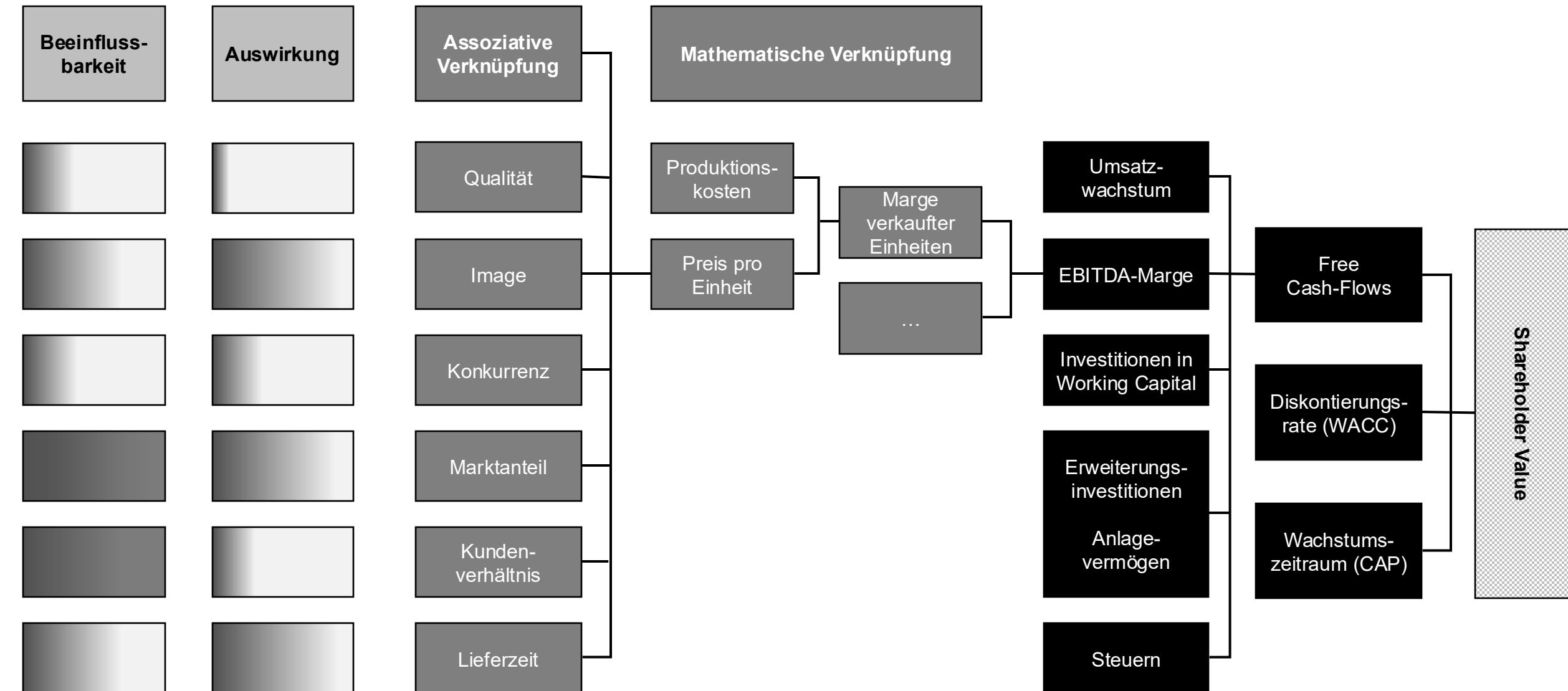
Markt, Kunde,
Information und
Kommunikation,
Technologie, Innovation

morgen

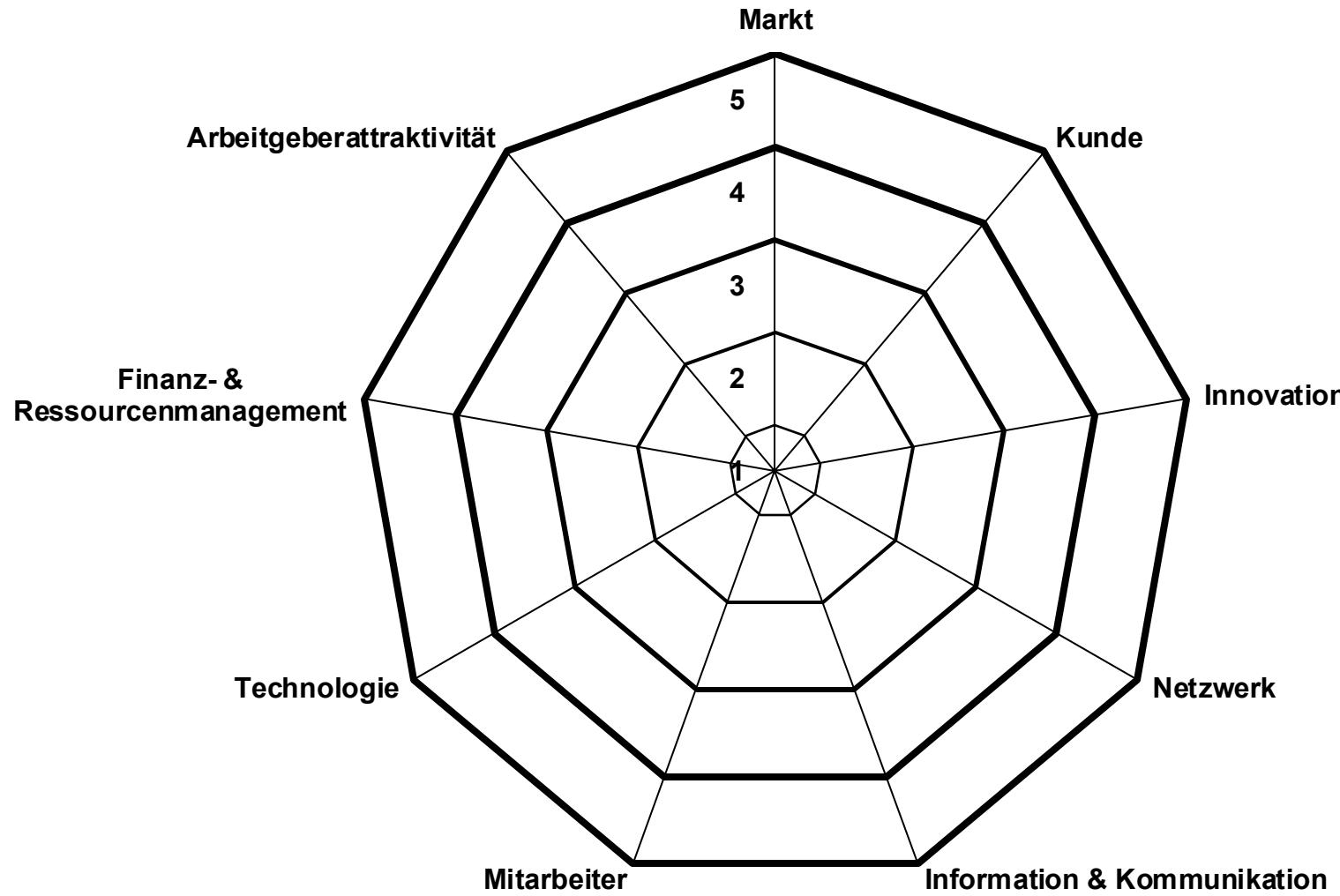
Netzwerke, Kooperationen,
Wissen,
Entscheidungskomplexität,
Umsetzungskomplexität

Geschäftsspezifische Wertreiber

Generische Wertreiber



Das Werttreibermanagement-Radar

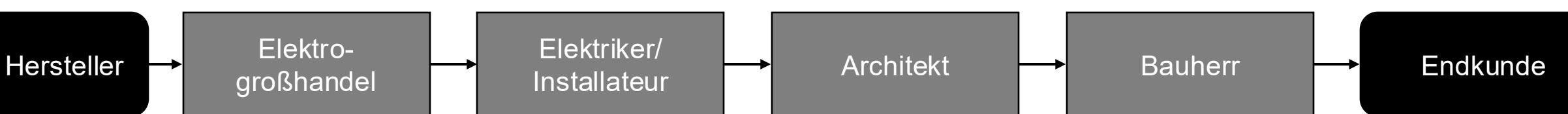


Legende:
1 = nicht relevant
2 =
3 =
4 =
5 = sehr relevant

Push-Strategie

- Wie sieht Ihre Kundenlandkarte aus?
- Welche Anforderungen/Erwartungen haben diese Kunden?
- Wer sind die Entscheidungsträger?
- Nach welchen Kriterien wird entschieden?
- Wie entwickelt sich Ihre Leistungskarte?
- Wie wird der Wandel von der Push- zur Pull-Strategie erreicht?

Pull-Strategie



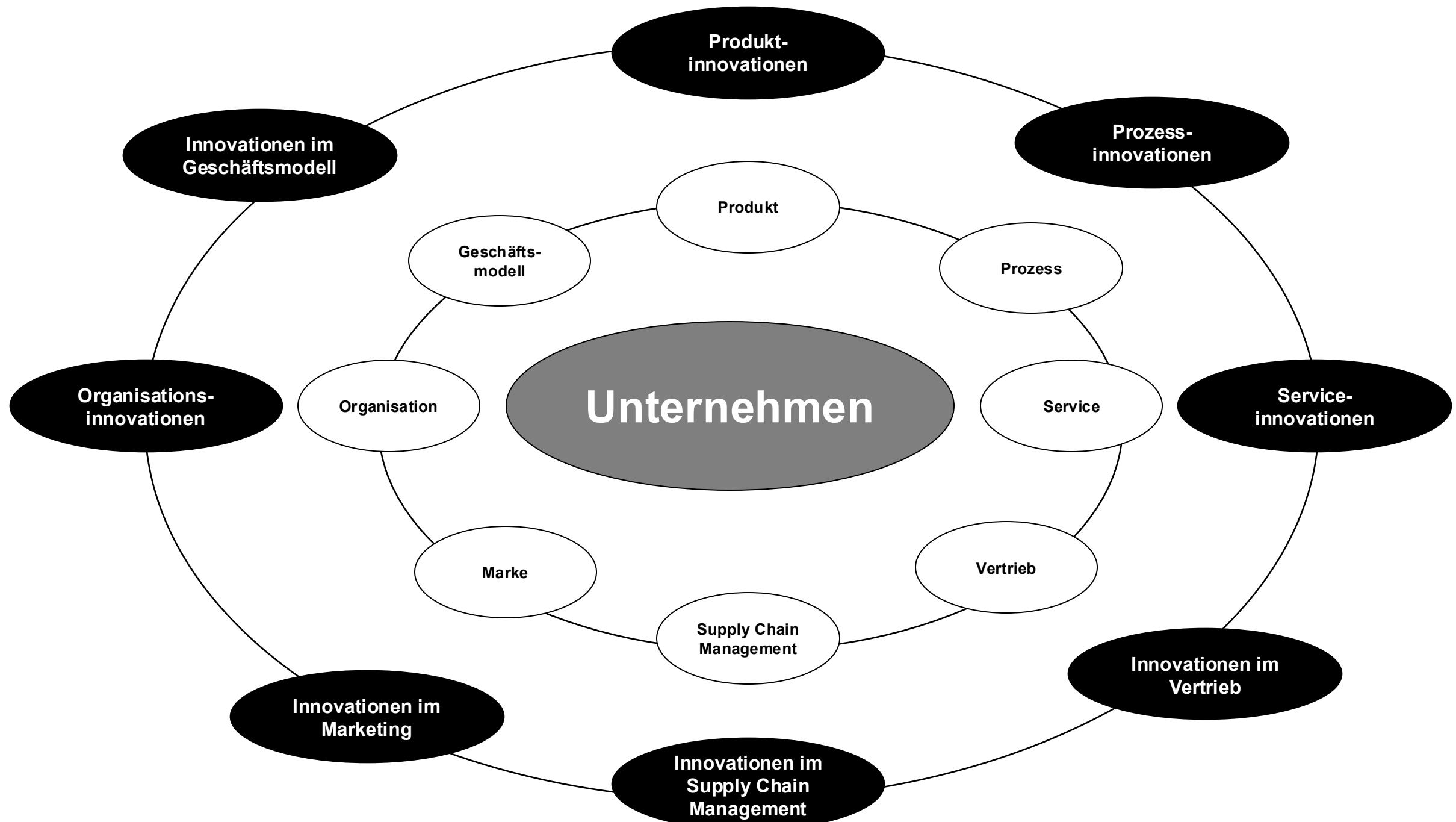
Marge
Umschlag
Sortimentsbreite
Marke

Montagekosten
Marge
Problemlöser
Marke

Image
Multiplikator
Variabilität
(eigene) Marke

Preis/Leistung
Customizing
Life Cycle Costing
Marke

Preis
Life Cycle Costing
Image
Marke



Bilder der Autoren

Prof. Dr. Claus W. Gerberich



Marco Kienzle

