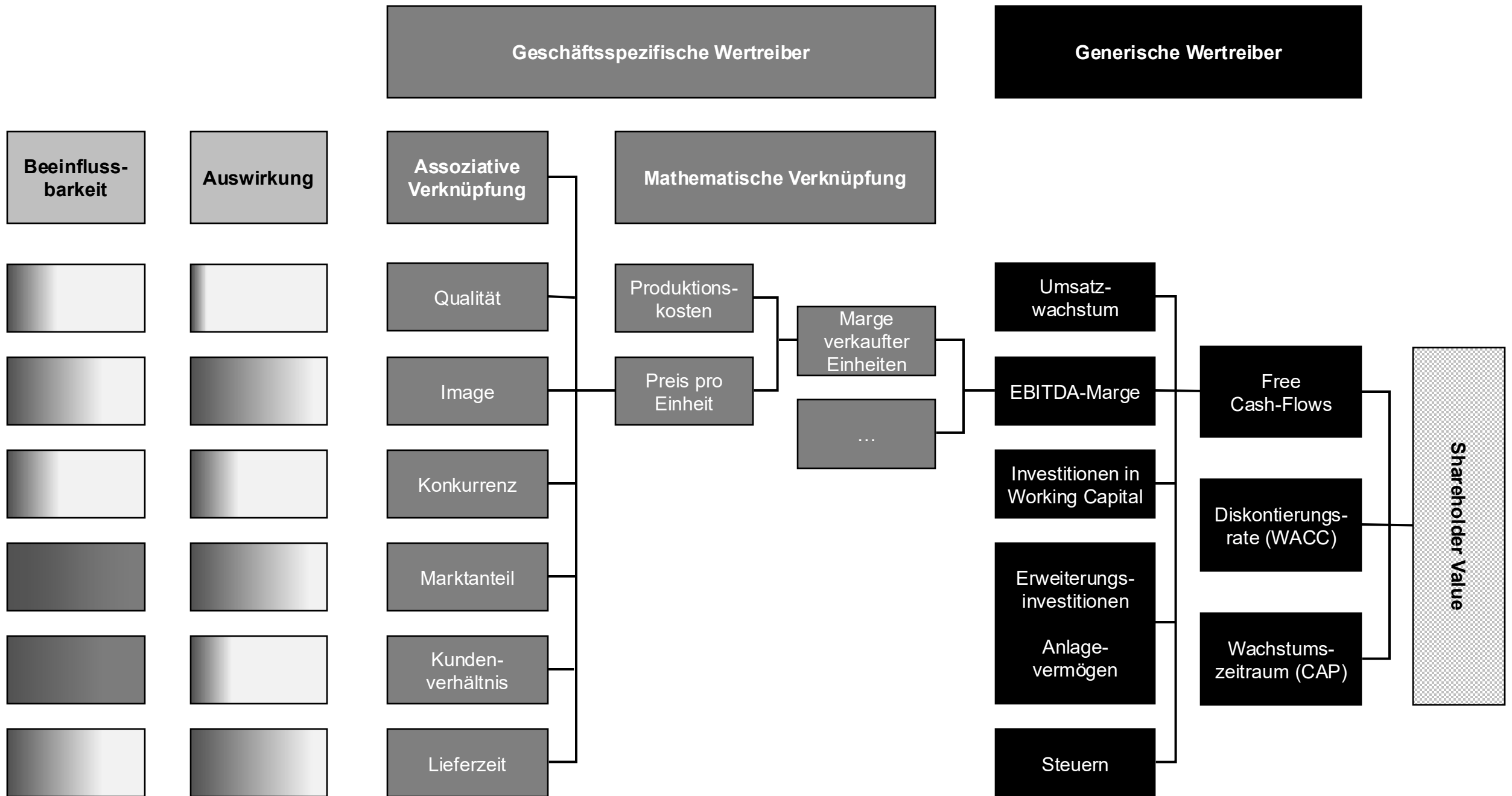
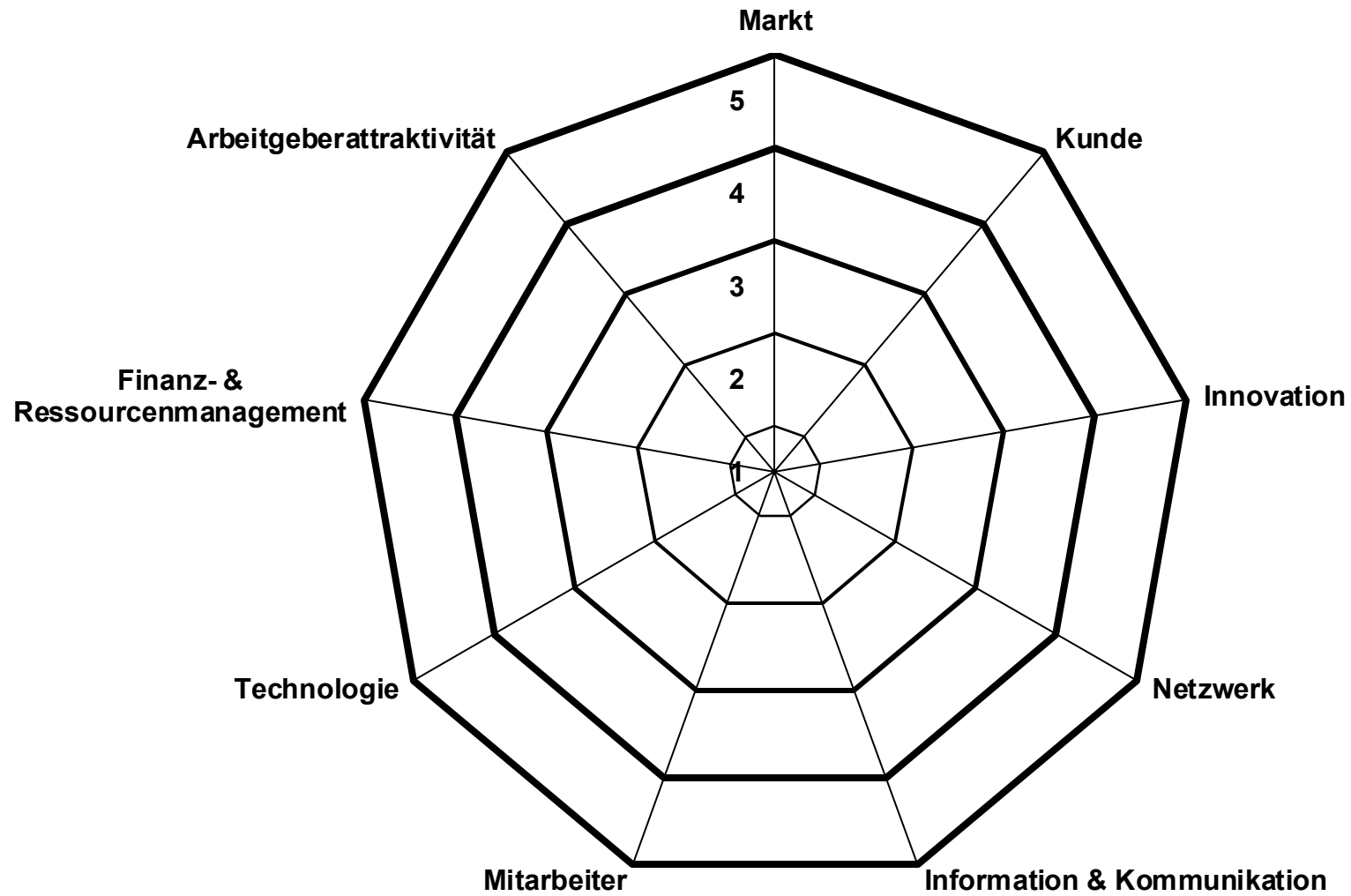


Wertreiber-Wandel

	stabil	komplex	dynamisch
gestern	Anlagevermögen, Produktportfolio		
heute		Markt, Kunde, Information und Kommunikation, Technologie, Innovation	
morgen			Netzwerke, Kooperationen, Wissen, Entscheidungskomplexität, Umsetzungskomplexität



Das Werttreibermanagement-Radar



Legende:

1 = nicht relevant

.

.

.

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

Hersteller

Elektro-
großhandel

Elektriker/
Installateur

Architekt

Bauherr

Endkunde

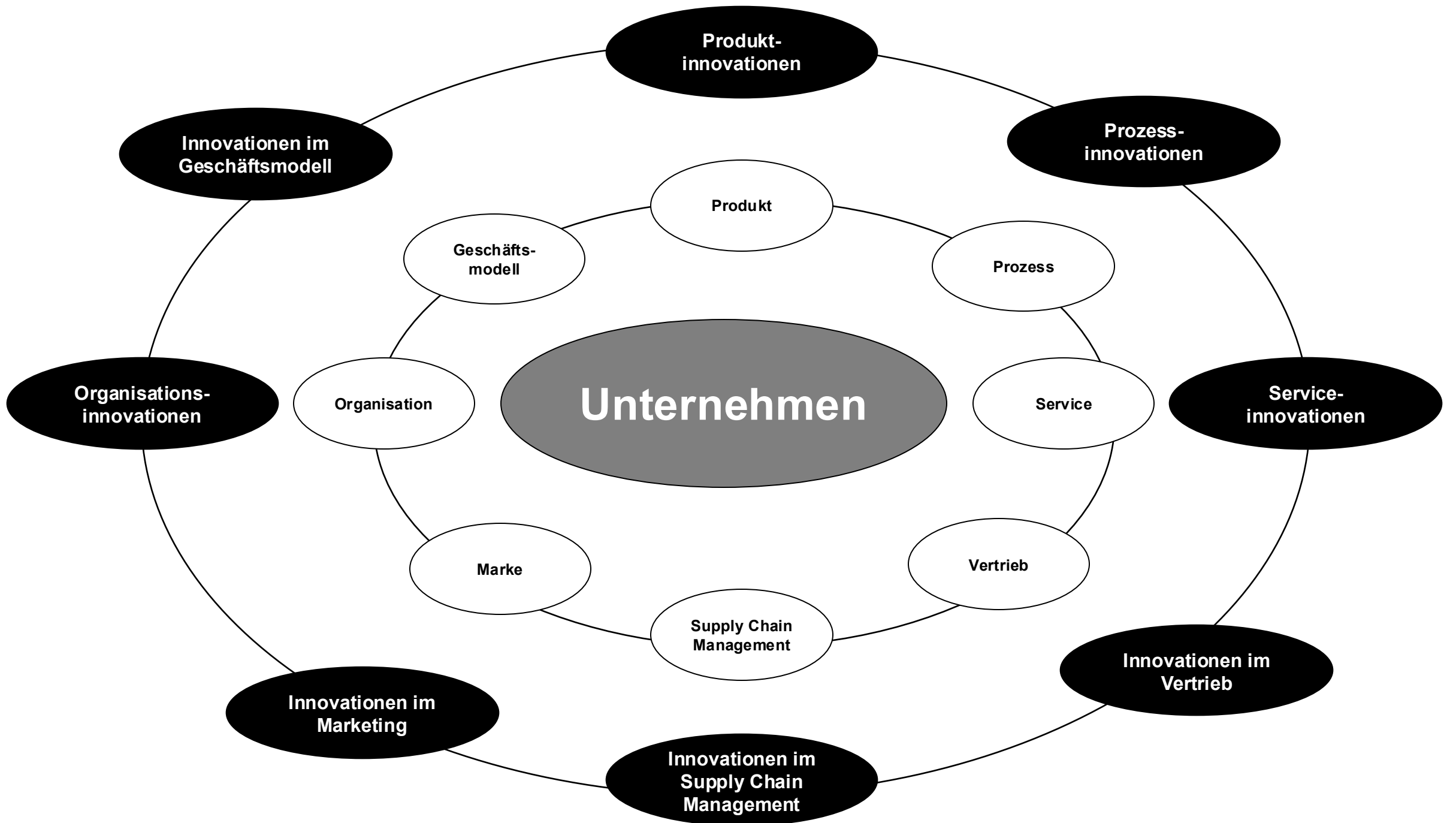
Marge
Umschlag
Sortimentbreite
Marke

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

