



Advisors to Board

DRC - Fitness-Check

☐checken Sie Ihre Wettbewerbsfähigkeit hinsichtlich Ihrer Markt- und Kundenorientierung.

Investieren Sie 10 Minuten und Sie erfahren, wo Sie noch etwas zusätzlich tun können, damit Ihr Unternehmen dauerhaft im Wettbewerb besteht.

Sun Tze ☐

"Kennst Du den Gegner und kennst Du Dich, so magst Du hundert Schlachten schlagen, ohne daß eine Gefahr besteht.

Kennst Du Dich, aber nicht den Gegner, so sind Deine Aussichten auf Gewinn und Verlust gleich.

Kennst Du weder Dich noch ihn, so wirst Du in jeder Schlacht geschlagen werden"

Senden Sie bitte den folgenden Fragebogen an unsere Faxnummer

Fax 0 81 46/ 99 85 04

mit Ihren Unternehmensdaten zurück. Sie erhalten ein Rückmeldung innerhalb 24 Stunden

Unternehmen:☐

Anschrift:☐

Ansprechpartner:☐

Telefon:☐

Telefax:☐

Email:☐

.....

.....

.....

.....

A. Unser Markt

Wir kennen unsere Marktpotentiale und Marktvolumen nach Regionen und Geschäftsfeldern

Wir kennen unsere relevanten Marktanteile im Vergleich zum Wettbewerb

Wir haben klare Marktsegmentierungen nach Kundengruppen und Regionen

Wir kennen in allen Regionen die Marktstruktur und die agierenden Unternehmen

Wir kennen die wirtschaftliche Entwicklung in allen unseren Marktsegmenten und Regionen

Wir kennen die rechtlichen Rahmenbedingungen in allen unseren Regionen

Trifft zu	Weniger	Trifft nicht zu

B. Unser Marketing- Know- How

Wir wissen, was Marketing ist und kennen alle Werkzeuge

Wir wenden alle Werkzeuge des Marketings an

Alle unsere Mitarbeiter leben Markt- und Kundenorientierung

Wir setzen geplant Marketingmaßnahmen ein

Wir verfügen über ein mittel- bis langfristiges Marketingkonzept

Unsere Marketingstrategie ist allen Mitarbeitern bekannt

C. Unsere Kunden und Wettbewerber

1) Die Zufriedenheit unserer Kunden

Wir führen regelmäßig auf allen Ebenen unserer Kunden Befragungen durch

Wir verfügen über Kundenserviceeinrichtungen wie Beschwerdemanagement und Hotline

Wir kennen die Zufriedenheit unserer Kunden mit unseren Lösungsangeboten und Leistungen

Kundeninformationen werden bei uns systematisch aufbereitet

Wir kennen die Probleme und Nutzenerwartungen unserer Kunden

Wir kennen die Strategien und langfristigen Ausrichtungen unserer Kunden

Trifft zu	Weniger	Trifft nicht zu

2) Unser Wettbewerb

Wir kennen die drei wichtigsten Wettbewerber in unseren Marktsegmenten und Regionen

Wir kennen die grundsätzlichen Strategien unserer Wettbewerber heute und in Zukunft

Wir kennen die Stärken und Schwächen der Leistungen unserer Wettbewerber und unsere Wettbewerbsvorteile

Wir kennen die Marktanteile unserer Wettbewerber

Wir kennen die Umsatzstärke, Ertragsstärke und Leistungsfähigkeit der Organisation unserer Wettbewerber

Wir kennen genau die Einschätzung unserer Kunden zu unseren Wettbewerbern

D. Unsere Kunden- und Marktorientierte Produktpolitik

Wir ermitteln systematisch die Bedürfnisse unserer Kunden und erarbeiten segmentspezifische Lösungsangebote

Wir nutzen alle internen und externen Informationsquellen, um Innovationen zu entwickeln

Wir führen regelmäßig Evaluationen von Wettbewerbsprodukten durch

Wir legen unsere Preise für Produkte und Dienstleistungen nach den Marktanforderungen fest, und entwickeln nur vom Markt verlangte Leistungsmerkmale

Wir überprüfen kontinuierlich Markt- und Technikrends und bestimmen bewußt unsere Technologie- und Kooperationspolitik

In Prozeß der Leistungsangebotsentwicklung sind Vertrieb, Marketing, Produkt Management, Entwicklung, Produktion und unsere Kunden kontinuierlich eingebunden

Trifft zu	Weniger	Trifft nicht zu

E. Unsere Ziele im Unternehmen

Wir haben klar definierte schriftliche fixierte Unternehmensziele

Jede Fach- und Führungskraft kennt die Unternehmensziele

Unsere Ziele sind Kunden- und Marktorientiert

Wir bewerten regelmäßig die Erreichung unserer Ziele

Unsere Mitarbeiter werden nach Zielvorgaben regelmäßig beurteilt

Unsere Mitarbeiter werden in die Zielfindung mit einbezogen

F. Unsere Steuerungswerkzeuge im Unternehmen

Wir messen regelmäßig Gewinn- und Umsatzentwicklung, Rentabilität und die Entwicklung unserer Marktanteile

Wir messen regelmäßig die Kosten pro Kunden- und Produktgruppe

Wir messen regelmäßig die Kundenzufriedenheit

Wir haben klare Zielgrößen für unsere Vertriebskanäle hinsichtlich Kundenziele, Umsatz und Deckungsbeiträge

Wir haben ein existierendes Vertriebs- und Marketingcontrolling sowie Berichtswesen

Wir analysieren regelmäßig verlorene Aufträge und leiten Verbesserungsmaßnahmen ab

Trifft zu	Weniger	Trifft nicht zu

G. Unsere Unternehmensstrategie und internen Prozesse

Unsere Kommunikation im Unternehmen ist offen und ungebunden

Das Management orientiert sich zeitnah am Markt

Es gibt Stellenbeschreibungen und fixierte Prozeßabläufe

Die Geschäftsführung erfährt zu jeder Zeit über Abstimmungsprobleme im Unternehmen

Unsere Prozesse sind strikt auf unsere Kunden ausgerichtet

Wir belohnen Engagement und Flexibilität, und entwickeln mit systematischen Maßnahmen unsere Mitarbeiter
