

Vorstellung der Kooperationspartner.



MBtech Consulting

MBtech denkt mit Ihnen voraus. Als Engineering- und Consulting-Unternehmen ist MBtech ein Experte für Wirtschaftszweige technischen Ursprungs. Zu Hause sind wir in einer der komplexesten Branchen der Welt: der Automobilindustrie. Das Leistungsspektrum unseres Unternehmens startet bei der Produkt- und Marktanalyse und geht über die Entwicklung von Strategien und Prozessen bis hin zur wirtschaftlichen Steuerung Ihres Unternehmens. Auf diese Erfahrung können Sie bauen.



Marc Bayer
Director
Sales, Marketing
und After Sales Consulting
MBtech Consulting GmbH

Spiegel Institut Mannheim

Das Spiegel Institut Mannheim ist ein renommiertes Marktforschungs- und Beratungsinstitut mit Sitz in Brühl bei Mannheim und betreibt internationale Marktforschung auf den Gebieten der Marktpsychologie und Anthropotechnik/Usability-Forschung. Wir machen transparent, was der Kunde erwartet und welche Motive und Bedürfnisse er hat. Unsere Studien sind fundierte Entscheidungshilfen für die Produktentwicklung, Marketing-Strategie, Kommunikation und für den Vertrieb.



Götz Spiegel
Geschäftsführender Gesellschafter
Spiegel Institut Mannheim GmbH & Co. KG

Eine ausführliche Beschreibung zur kundenorientierten Produktentwicklung finden Sie auf beiliegender USB-Businesscard oder auf unseren Homepages.

MBtech Consulting GmbH
Posener Straße 1
71065 Sindelfingen
Germany
Tel. +49 7031 686-3000
Fax +49 7031 686-4644
info@mbtech-group.com
www.mbtech-group.com

Spiegel Institut Mannheim GmbH & Co. KG
Schwetzinger Straße 32
68782 Brühl b. Mannheim
Germany
Tel. +49 6202 7041-0
Fax +49 6202 7041-99
info@spiegel-institut.de
www.spiegel-institut.de



Heute entdecken, was den Kunden
morgen begeistert.

Mit effizienten Tools Innovationen schaffen und Kunden gewinnen.

Kundenbedürfnisse von morgen als Grundstein für den unternehmerischen Erfolg.



Die Produkt- und Marktanalyse als Basis für unternehmerischen Erfolg.

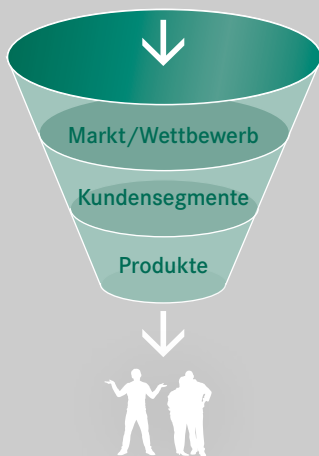
Erwartungen und Ansprüche der Kunden aber auch deren Verhalten sind heute komplexer denn je. Für Unternehmen ergibt sich daraus die Herausforderung, Geschäftspotenziale laufend neu zu bewerten.

Um hierbei fundierte unternehmerische Entscheidungen zu treffen und sich richtig am Caravaning-Markt positionieren zu können, müssen Kundenwünsche und Markttrends nicht nur frühzeitig und präzise erkannt werden, sondern auch schnell in Produktideen überführt werden. Diese Produktideen bilden die Basis für die strategische Ausrichtung Ihres Unternehmens mit Auswirkung auf den gesamten Kundenbeziehungszyklus.

Zu wenige Unternehmen integrieren ihre Kunden bereits in der Phase des Produktentstehungsprozesses, also in der Produkt- und Marktanalyse. Kostbares Innovationspotenzial zur Kundengewinnung bleibt somit ungenutzt. Denn nur mit einer möglichst frühen Integration des Kunden in den Produktentstehungsprozess können Innovationen erfolgreich identifiziert und in Produkteigenschaften überführt werden.



Der Kunde als Innovationspartner.



Benefits:

- Hohe Geschwindigkeit
- Kosteneffizienz
- Das richtige Produkt

Produkte auf strategische und profitable Zielsegmente ausrichten.

Globale Märkte sind sehr heterogen und befinden sich in ständiger Dynamik. Wachstumstreiber, Kundenpräferenzen und Innovationen bewegen sich mit immer höherer Geschwindigkeit. Für Unternehmer bedeutet dies, in immer kürzerer Zeit in einem immer komplexeren Umfeld schnell treffsichere Entscheidungen zu tätigen.

Unser bewährter Ansatz bietet eine klare Entscheidungshilfe für die Fragestellung, auf welchen Märkten bei welchen Kunden welche Produkte anzubieten sind.

Auf Marktebene werden systematisch Wachstums- und Ertragschancen analysiert und bewertet. Im nächsten Schritt werden für die ausgewählten Märkte profitable und strategisch bedeutsame Kundensegmente definiert und in ihren Anforderungen und Ertragspotenzialen bewertet. Für diese Segmente wird im dritten Schritt auf Basis von Präferenzen und Kaufkraft das Produktportfolio definiert. Im Ergebnis findet sich stets ein klarer Fokus: maximales Potenzial bei optimalem Mitteleinsatz.

Um dies zu bewerkstelligen, sollen Ihre Kunden systematisch in die frühe Phase des Produktentstehungsprozesses integriert werden.

Die Vorteile der Kundenintegration in den Produktentstehungsprozess von Wohnwagen oder Wohnmobilen sind vielfältig:

- Kunden liefern pragmatische Impulse, da bei ihnen stets die Nutzenerwartungen an ein Wohnmobil oder an einen Wohnwagen im Fokus stehen.
- Durch das aktive Einbeziehen von Kunden findet ein Transfer von Anwendungswissen und eine Kommunikation von Erwartungen zwischen Caravan-Hersteller und Kunden statt.
- Der Kunde ist ein wertvoller Ideengeber. Das externe Kundenwissen ist Nutzungswissen, das Ihre Caravaning-Produkte erfolgreich im Wettbewerb differenziert.

Welche Wettbewerbsvorteile entstehen dadurch?

Es werden Fehlentwicklungen und eine Erhöhung der Komplexität vermieden, da Kundensegmente und Märkte schnell und treffsicher identifiziert und bewertet werden können. Eine zielgerichtete Budgetallokation kann zudem gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten einen deutlichen Wettbewerbsvorteil schaffen.

Kundenintegrierte Produktentwicklung.



Benefits:

- Innovationen
- Höhere Kundenzufriedenheit
- Steigerung des Umsatzes

Kunden zuhören

Analyse der Kundenbedürfnisse

Kunden verstehen

Interpretation der Kundenbedürfnisse

Kundenintegrierte Produktentwicklung

Ideen der Kunden visualisieren und in die Produktentwicklung integrieren

Concept Lab: Ein effizientes Tool zur Abbildung der Kundenanforderungen.

Das Concept Lab wurde von uns als hoch wirksames Tool entwickelt, um das Wissen des Kunden als Innovationspartner Ihres Unternehmens gezielt zu generieren und einzusetzen. Wir laden Kunden zu einem Workshop ein und bringen durch kreative Moderationstechniken deren spezifische Wünsche in Erfahrung. Designer visualisieren gleichzeitig Ideen und Visionen der Kunden.

Psychologen unterstützen den Workshop sowohl bei der Ideengenerierung als auch in deren Bewertung. Das Ergebnis sind Produktideen, die aus konkreten Erfahrungen und Nutzenerwartungen abgeleitet sind und schnell und pragmatisch konkretisiert werden können. Diese Methode hat sich als besonders effizient erwiesen: Überdurchschnittliche Kundenzufriedenheitswerte sowie Verkaufserfolge bereits eingeführter Innovationen im Automotive-Bereich, die durch diese Methode gewonnen wurden, bestätigen uns in der Anwendung dieses Tools in der Praxis.

Sie sind neugierig geworden? Um Ihnen detaillierter aufzuzeigen, wie Sie die Kunden von morgen begeistern können, geben wir Ihnen einen Einblick in unser methodisches Vorgehen auf beiliegendem Datenträger.