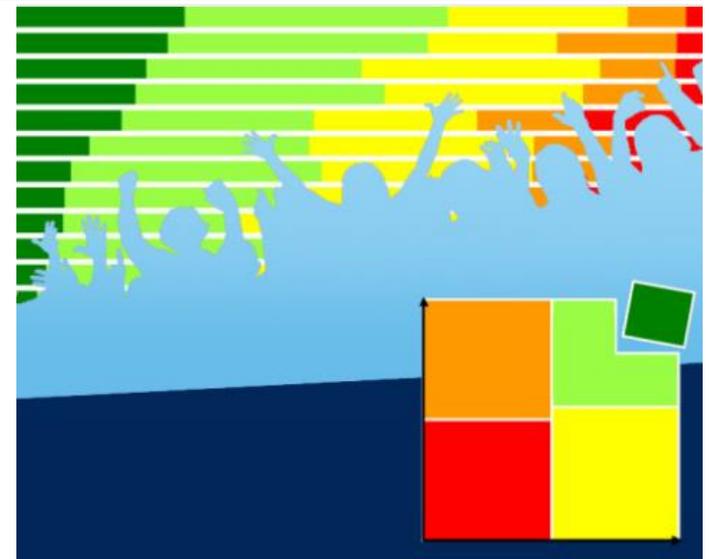


Das **Fan**-Prinzip

made by **forum!**

Mit emotionaler Kundenbindung
Unternehmen erfolgreich steuern

Prof. Dr. Gregor Daschmann
Wissenschaftlicher Beirat forum! GmbH
Erfurt, 09. Juni 2016



Woher kommt die Sehnsucht nach ...



... Kundenbeziehungen, die unter die Haut gehen?

Das Fan-Prinzip

Hohe Zufriedenheitswerte -

Doch ist dies gleichbedeutend mit hohem Kundenwert?

Anteil überdurchschnittlich zufriedener Kunden

B2B
Geschäftskunden



83%

B2C
Endkunden



70%

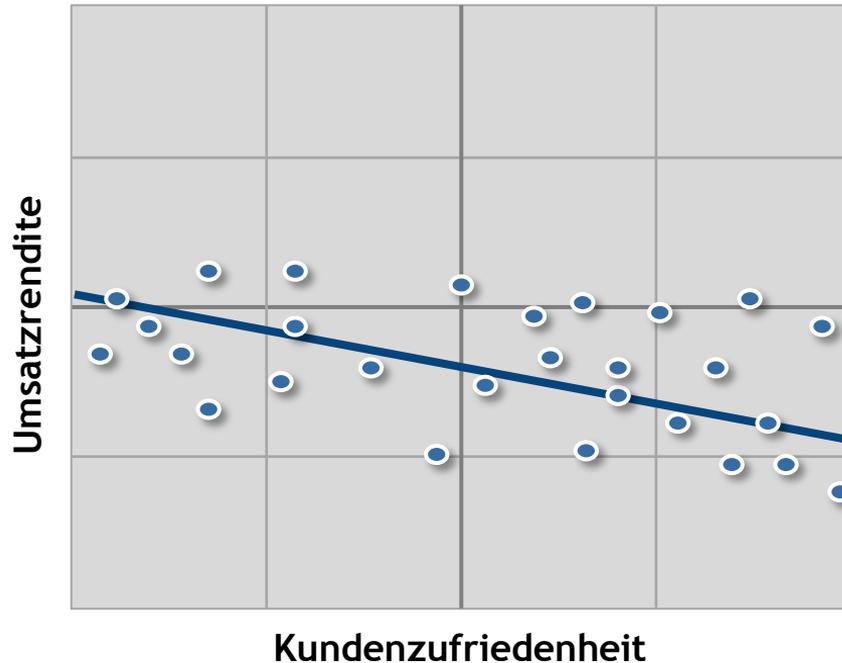
Werte: Top-2-Boxen (Kategorien 1 und 2) auf einer Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 5 (sehr unzufrieden)

Quelle: forum!-Grundlagenforschung Excellence Barometer (B2B), Fanfocus Deutschland 2013/2014 (B2C)

Das Fan-Prinzip

Vorsicht vor den zufriedenen Kunden

Filialstudie Handel: Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Rendite der Filialen



Je höher die Kundenzufriedenheit, desto geringer war die Rendite!

Das Fan-Prinzip

Ist das noch Zufriedenheit?



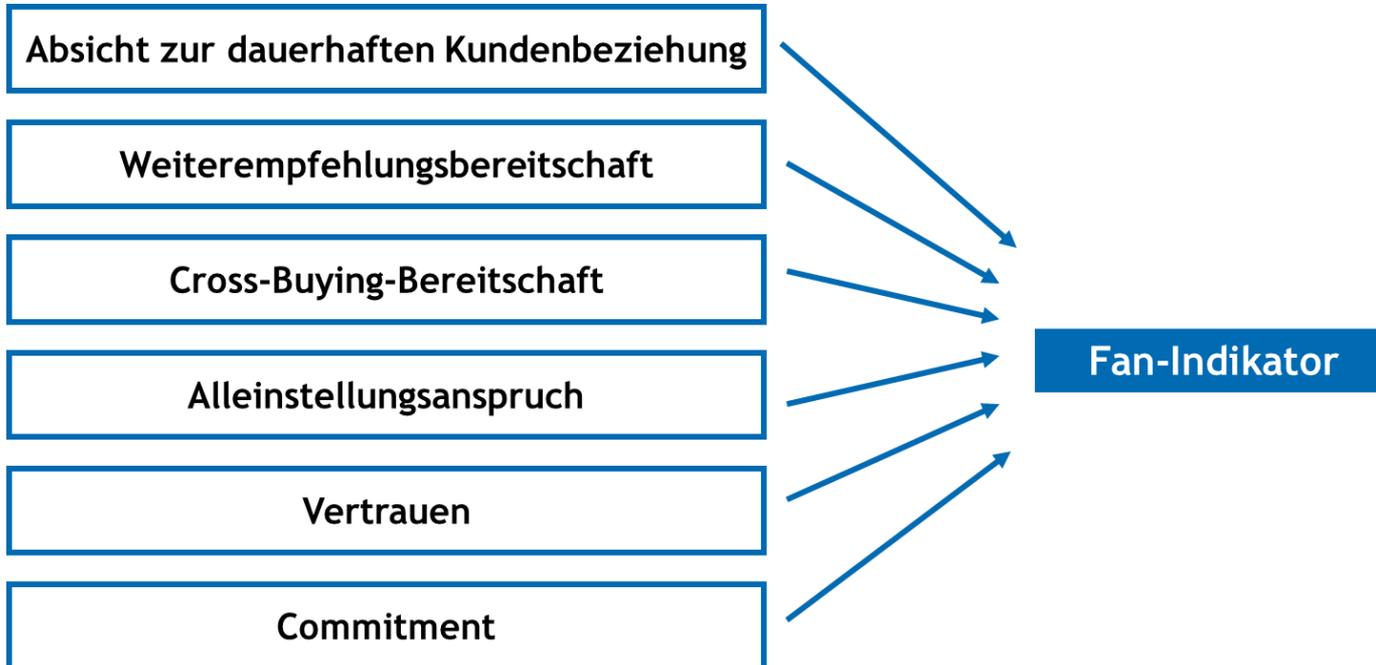
Das Fan-Prinzip

Was macht eine Fanbeziehung aus?



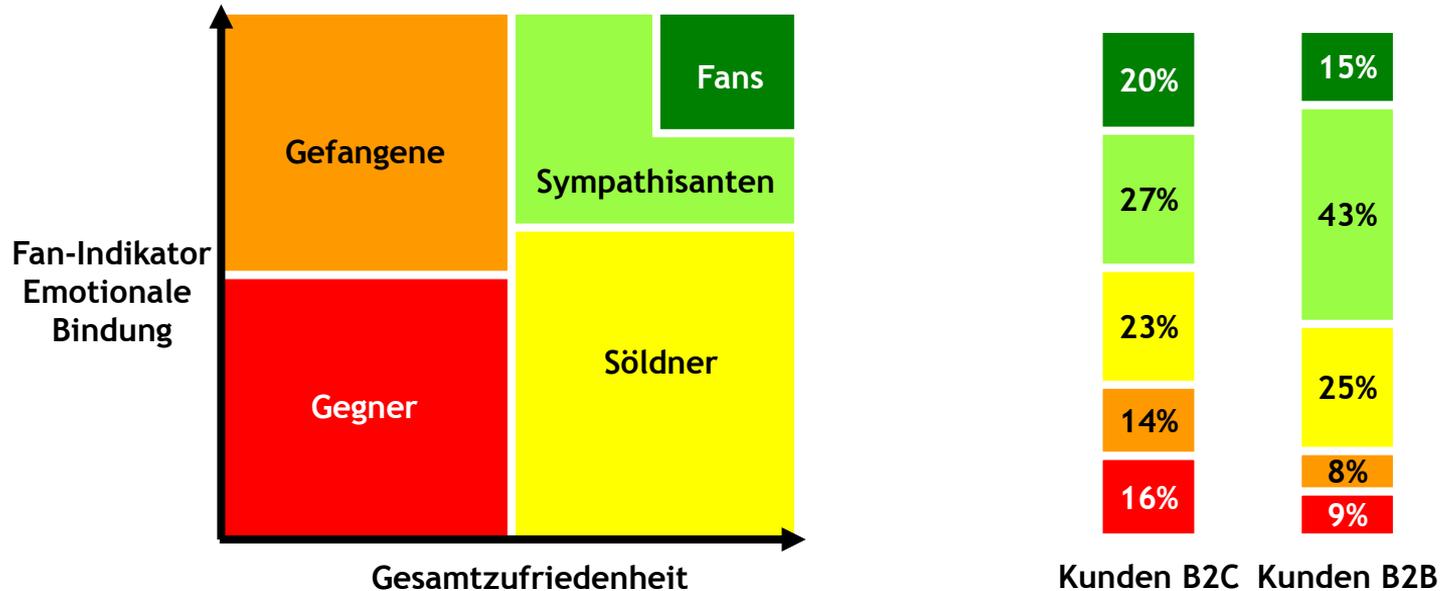
Das Fan-Prinzip

Der **Fan-Indikator** misst Emotionale Kundenbindung
Er basiert auf DEN charakteristischen Fanmerkmalen



Das Fan-Prinzip

Das **Fan-Portfolio** segmentiert die Kundenlandschaft entsprechend ihrer Beziehungsqualität



Das Fan-Prinzip

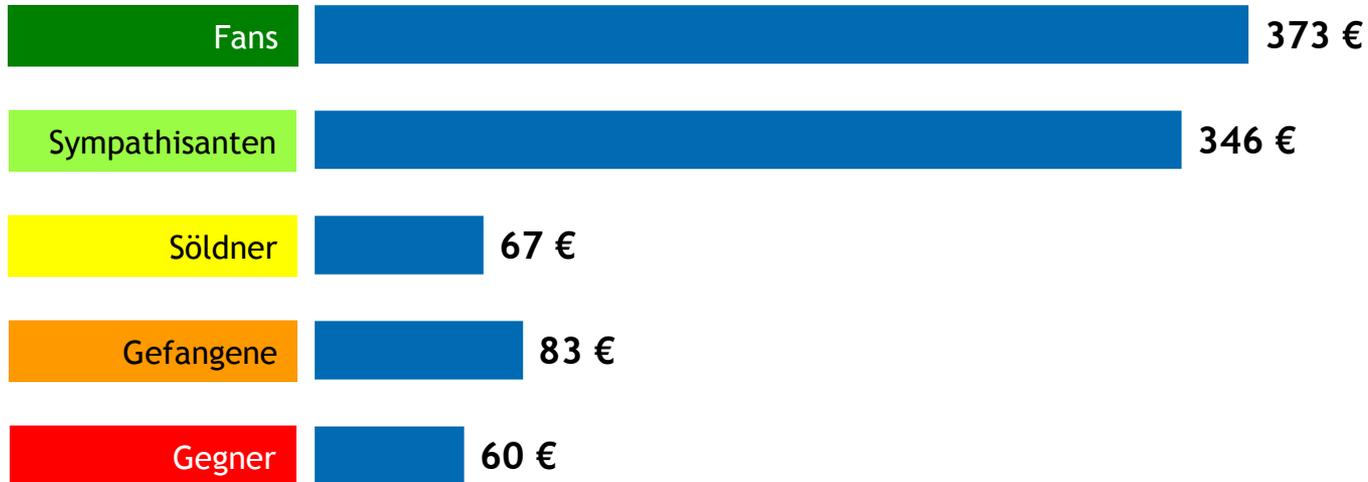
Das **Fan-Portfolio** verdeutlicht, worauf es ankommt:
Aus hochzufriedenen Kunden solche mit hohem Kundenwert
machen



Das Fan-Prinzip

Fans haben den höchsten monetären Kundenwert Beispiel aus dem Versandhandel

Nettoumsatz mit Unternehmen X in den letzten 12 Monaten



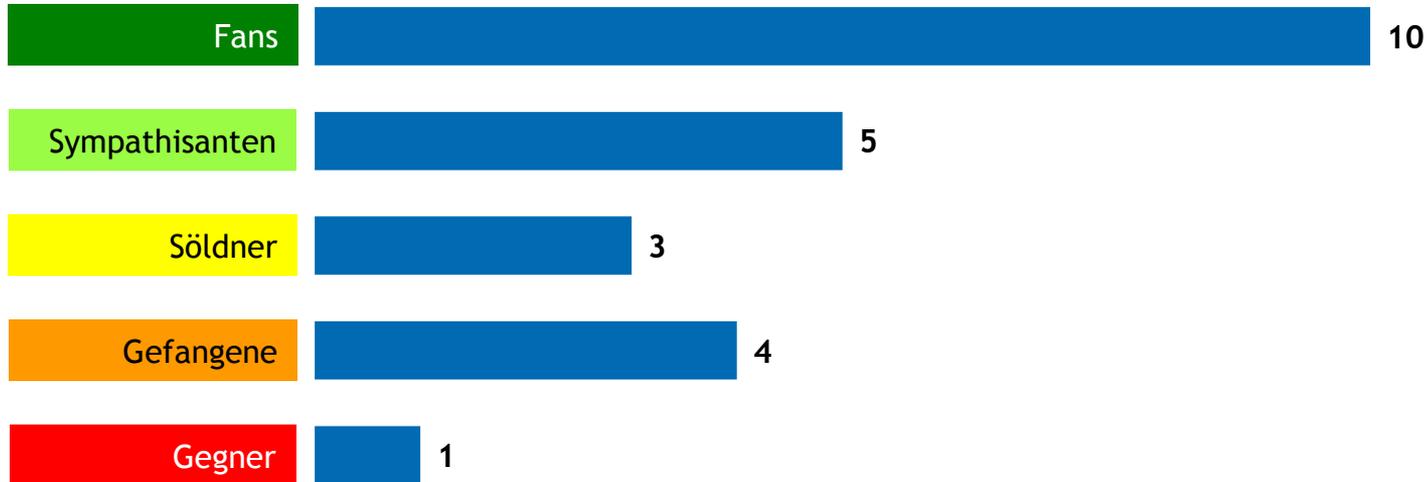
■ Durchschnittlicher Jahresumsatz

Basis: Kunden Unternehmen X; Aufgrund von extremen Ausreißerwerten wird hier das 5%-getrimmte Mittel des Umsatzes dargestellt

Das Fan-Prinzip

Fans sind die wichtigsten Botschafter

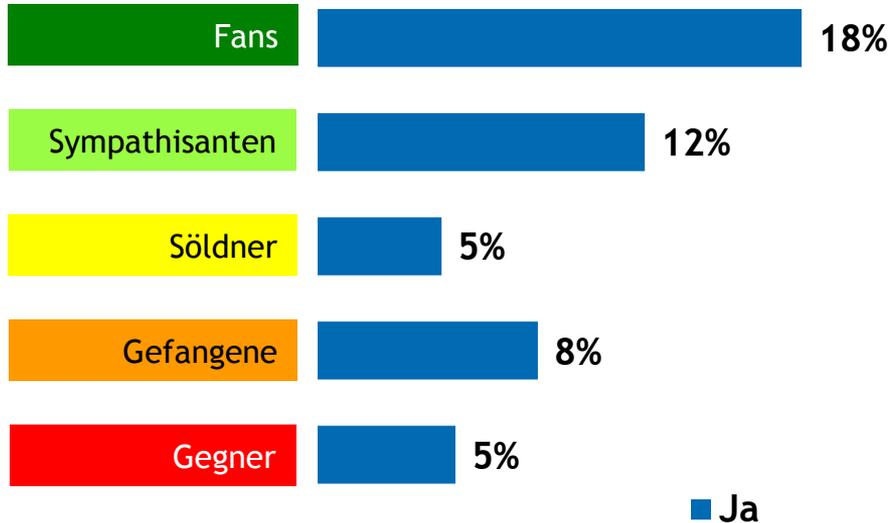
Anzahl positiver Äußerungen in den letzten 12 Monaten



Das Fan-Prinzip

Fans besuchen am häufigsten die facebook-Seite des Anbieters und sorgen für den „candy-storm“

„Waren Sie schon einmal auf der Facebook-Seite von [Anbieter]?“



Das Fan-Prinzip

Kunden zu Fans machen - ein alter Hut?



Das Fan-Prinzip

Emotionale Bindung beruht auf Identifikation



Das Fan-Prinzip

Identifikation durch Fokussierung auf zentrale Kundenbedürfnisse



Vorsprung durch Technik



Freude am Fahren

Das Fan-Prinzip

Die Fan-Ampel zur Messung von Identifikation und wahrgenommener Einzigartigkeit

Imageattribute	Bewertung	Wichtigkeit	Differenzierung vom Markt/Wettbewerb
Gesamtimage	gut		gleich
ist technologiestark	gut	wichtig	besser
ist qualitativ sehr hochwertig	gut	wichtig	gleich
ist sehr zuverlässig	gut	wichtig	gleich
ist sehr sympathisch	mittel	wichtig	besser
ist sehr flexibel	schlecht	wichtig	gleich
ist sehr kompetent	gut	weniger wichtig	gleich
ist sehr kundenorientiert	mittel	weniger wichtig	besser
ist sehr serviceorientiert	mittel	weniger wichtig	besser
ist sehr hilfsbereit	gut	unwichtig	besser
ist sehr innovativ	mittel	unwichtig	gleich
ist sehr traditionell	schlecht	unwichtig	gleich

Das Fan-Prinzip

Die Touchpoint-Ampel zur Messung der strategischen Stärken in der Leistungserbringung

Leistungsbereiche	Bewertung	Wichtigkeit	Differenzierung vom Markt/Wettbewerb
Gesamtzufriedenheit	mittel		gleich
Mitarbeiter	gut	wichtig	gleich
Logistik/Lieferfähigkeit	mittel	wichtig	gleich
Bedarfsorientierung	mittel	weniger wichtig	gleich
Qualität der Produkte	mittel	weniger wichtig	gleich
Angebotsvielfalt	gut	unwichtig	gleich
Preis/Konditionen	schlecht	unwichtig	schlechter

Das Fan-Prinzip

... statt alle Themen zu besetzen und im Mittelmaß zu versinken

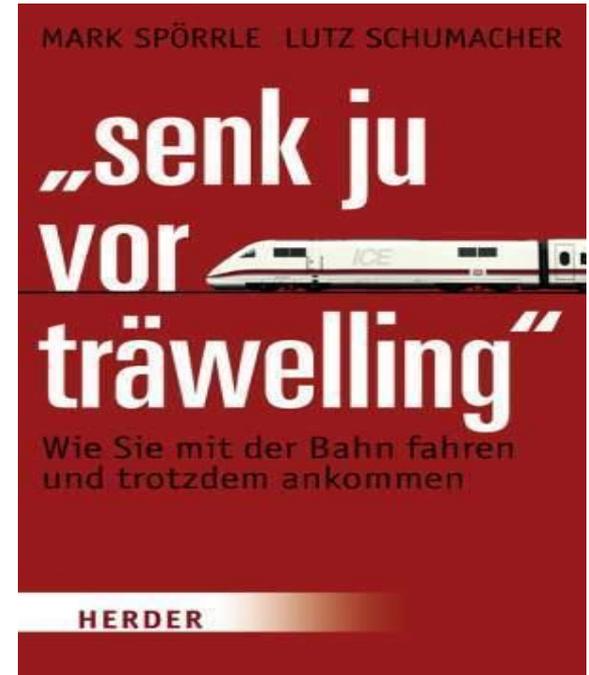
Disziplin	Weltrekord Zehnkampf		Weltrekorde Einzeldisziplin	
100 m	10,23 Sek.		9,58 Sek.	
Weitsprung	7,88 m		8,95 m	
Kugelstoßen	14,52 m		23,12 m	
Hochsprung	2,01 m		2,45 m	
400 m	45,00 Sek.		43,18 Sek.	
110 m Hürden	13,69 Sek.		12,80 Sek.	
Diskuswerfen	43,34 m		74,08 m	
Stabhochsprung	5,20 m		6,14 m	
Speerwerfen	63,63 m		98,48 m	
1500 m	4:17,52 Min.		3:26,00 Min.	

Emotionale Bindung beruht auf empfundener Einzigartigkeit



Das Fan-Prinzip

Leistung versus Leistungswahrnehmung: Ist die Deutschen Bahn unpünktlich?

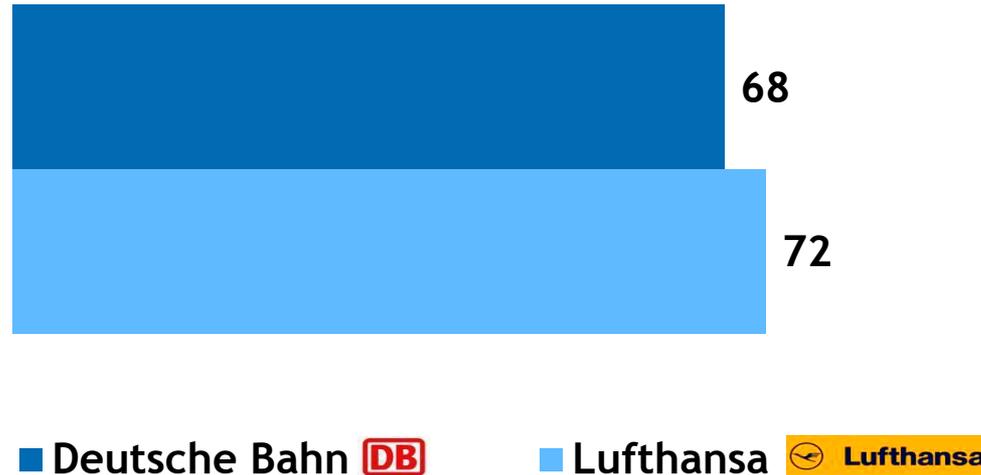


Das Fan-Prinzip

Unpünktlichkeit der Deutschen Bahn: Leistungsdefizit oder Wahrnehmungsproblem?

„Wie zufrieden waren Sie mit der Pünktlichkeit bei Ihrer letzten Zugfahrt/Ihrem letzten Flug?“

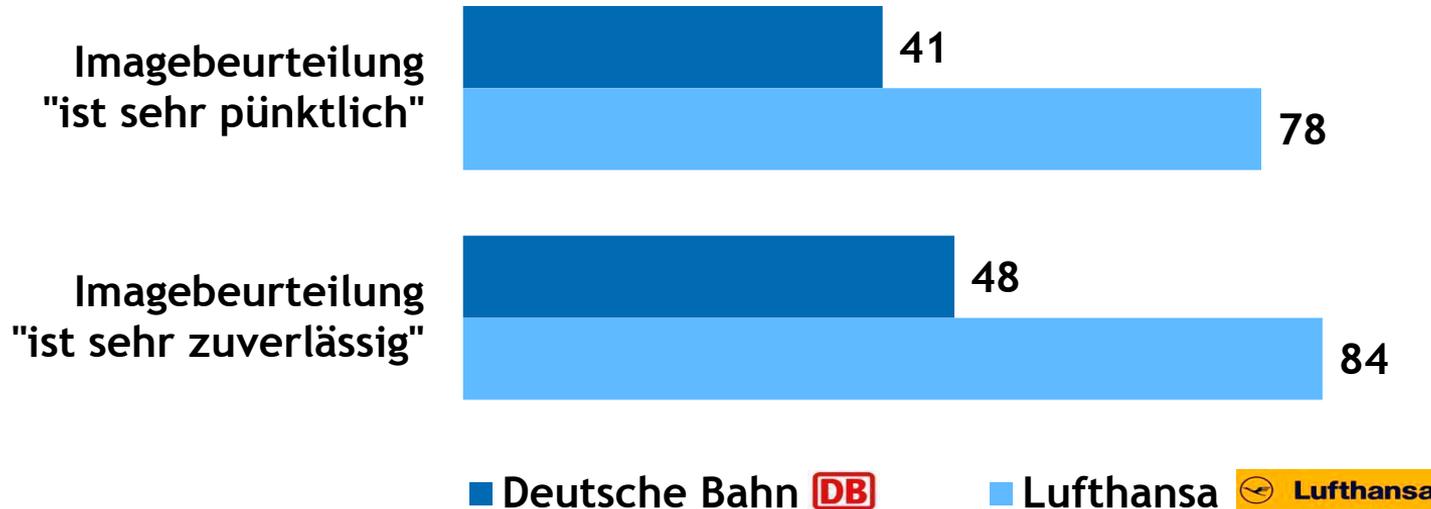
Zufriedenheit mit
der Pünktlichkeit



Das Fan-Prinzip

Unpünktlichkeit der Deutschen Bahn: Leistungsdefizit oder Wahrnehmungsproblem?

„Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu: Die Deutsche Bahn/Die Lufthansa (...)?“



Das Fan-Prinzip

Wie man bei gleicher Leistung unterschiedliche Wahrnehmungen erzielen kann...



Lufthansa



Das Fan-Prinzip

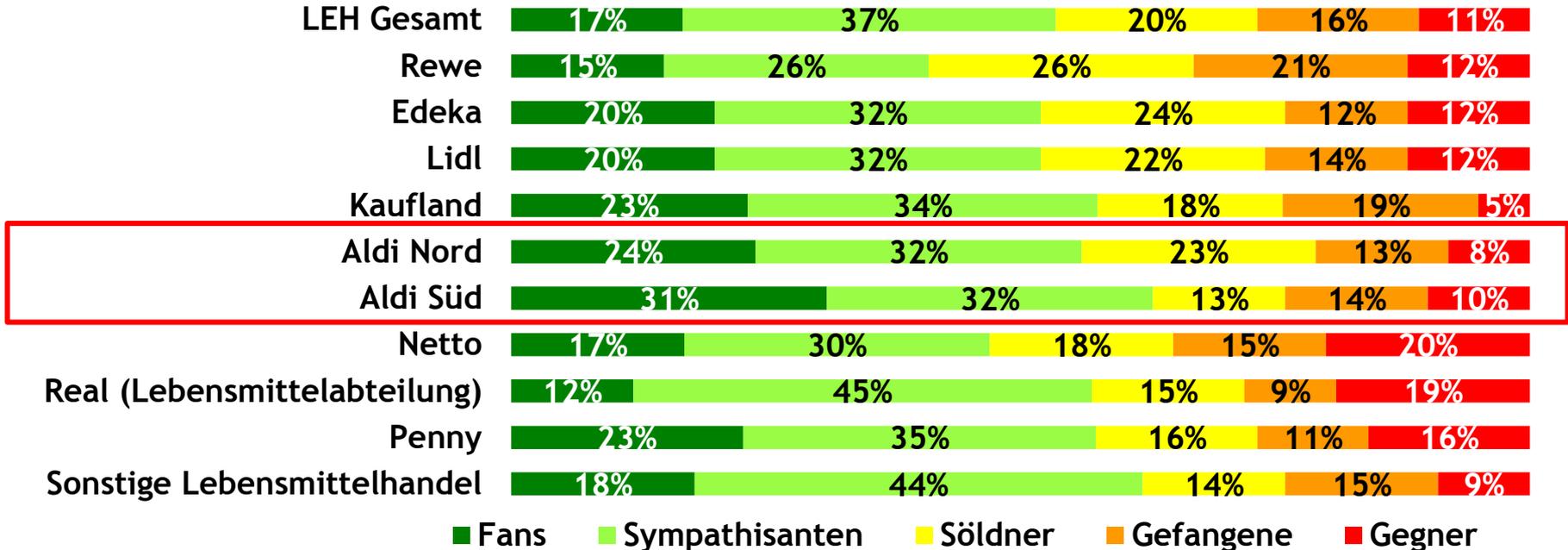
Identifikation immer wieder erlebbar machen
und so das Gefühl von Einzigartigkeit erzeugen



Das Fan-Prinzip

ALDI: Sieger im Fanfocus Deutschland durch orchestrierte und fokussierte Leistungserbringung

Verteilung der Kunden auf die Gruppen des Fan-Portfolios, nach Anbieter

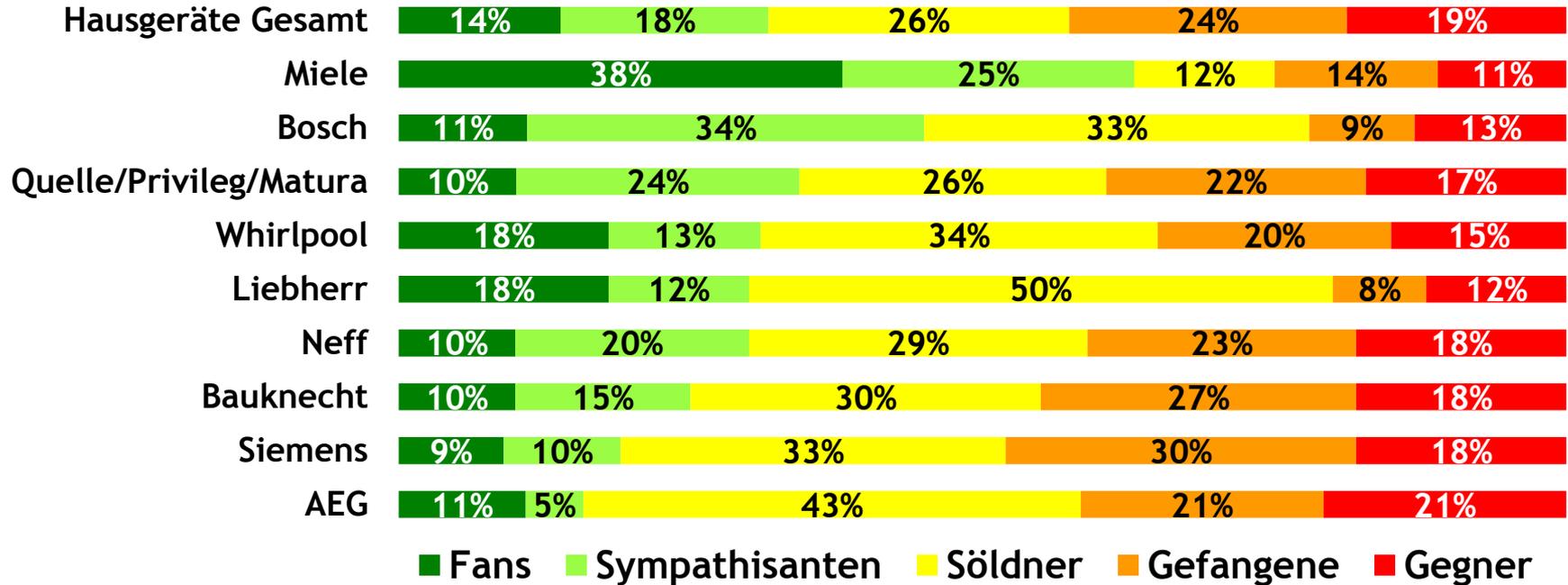


Das Fan-Prinzip

Fokussierte Leistungserbringung und Kommunikation am Beispiel ALDI Süd



Die Fan-Quoten in der Haushaltsgerätebranche



Basis: 905 Kundeninterviews über die 9 marktführenden Unternehmen (Marktanteil > 2%) der Haushaltsgerätebranche

Quelle: forum!-Grundlagenforschung Fanfocus Deutschland 2013

Das Fan-Prinzip

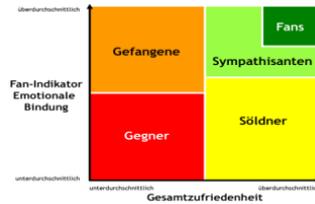
Ihr Nutzen

- ▶ Metrik zur validen Erfassung der Qualität von Kundenbeziehungen (= des Kundenwerts)
- ▶ Kundenwertbasierte Segmentierung zur zielgruppen-spezifischen Steuerung aller Prozesse
- ▶ Steigerung des Unternehmenserfolgs durch Maßnahmen zur Steigerung des Kundenwerts (aus hochzufriedenen Kunden werden Fans)
 - ▶ Positionierung/Fokussierung (strategisch)
 - ▶ Kontaktmanagement (Frequenz/Qualität) (operativ)
 - ▶ „Herzblutfaktor“ Mitarbeiter (Personalentwicklung)
- ▶ Defizitabbau durch wirksames Beschwerdemanagement



Das Fan-Prinzip Implementierung und Steuerungsinstrumente

1. Bewusstseins- und Awareness-Aufbau
2. Zentrale Bedürfnisse und Positionierung verstehen (Statusanalyse)



3. Fokussierung auf strategische Stärken
4. Defizitabbau

Leistungsbereiche	Bewertung	Wichtigkeit	Differenzierung vom Markt/Wettbewerb
Gesamtzufriedenheit	mittel		gleich
Mitarbeiter	gut	wichtig	gleich
Logistik/Lieferfähigkeit	mittel	wichtig	gleich
Bedarfsorientierung	mittel	weniger wichtig	gleich
Qualität der Produkte	mittel	weniger wichtig	gleich
Angebotsvielfalt	gut	unwichtig	gleich
Preis/Konditionen	schlecht	unwichtig	schlechter

5. Implementierung Fan-Quote als Steuerungsgröße
6. Zielgruppenspezifische Ausrichtung aller kundenbezogenen Prozesse

Allgemeine Informations- / Kommunikationsstrategie		Zielgruppenspezifische Vorgehensweise				
		Fans	Sympathisanten	Söldner	Gefangene	Gegner
Touchpoints						
1. Pre-Sales
2. Sales
3. After-Sales



DEUTSCHLANDS
KUNDENCHAMPIONS

www.deutschlands-kundenchampions.de

Deutschlands Kundenchampions

Der Wettbewerb für Unternehmen, die ihre Kunden zu Fans machen



DEUTSCHLANDS KUNDENCHAMPIONS 2017
www.deutschlands-kundenchampions.de

Deutschlands Kundenchampions 2017

Initiatoren:
DGQ
Ergänzen Geschäftsfall
für das Leben

forum!
Für beste Beziehungen
Marktforschung
Beratung
Umsetzung

Mitinitiatoren:
**FRANKFURTER
BUSINESS
MEDIA**
DES F.A.Z.-FACHVERLAG

F.A.Z.-INSTITUT



Das Fan-Prinzip

Fan zu sein ist ein grundlegendes menschliches Bedürfnis



In diesem Sinne: Bauen Sie Ihre Fankurve aus!

forum! GmbH

Dekan-Laist-Straße 17a
55129 Mainz

Prof. Dr. Gregor Daschmann
Wissenschaftlicher Beirat
Tel.: 06131 32809-0
Fax: 06131 32809-111
E-Mail: gregor.daschmann@uni-mainz.de

www.forum-mainz.de
www.deutschlands-kundenchampions.de
www.fan-prinzip.de

forum! Für beste Beziehungen

