



Best Practice: DNA CHECK



FUTURE PEOPLE LEISTUNG

360° Standortbestimmung der Kundenzentrierungs-Strategie des Unternehmens und Entwicklung des Next Steps Maßnahmenplans.

DIE HERAUSFORDERUNG



Ein großes europäisches Möbelhaus will seine führende Marktposition stärken und langfristig sichern. Dafür setzt es u.a. auf die konsequente Ausrichtung auf den Kunden. Um die Customer Centricity Strategie zügig und wirkungsvoll voranzutreiben, soll eine umfassende Standortbestimmung der relevanten Unternehmensbereiche erstellt werden.

Das sind die Themen:

- Wie kundenzentriert führen und arbeiten Management und Mitarbeiter?
- Wie bewerten unsere Kunden unser Tun und Handeln? Welchen KPI gibt es hierfür?
- Inwieweit sind Organisation und Prozesse kundenfreundlich aufgestellt?
- Welche Hebel sollen wir als nächstes in Bewegung setzen, um voranzukommen? Welche Barrieren halten uns davon ab?
- Wie wissen wir, welche Maßnahmen gewinnbringend sein werden?



UNSERE LÖSUNG

Future People führt ein 360° Assessment mit Interviews und Umfragen durch. Untersucht werden vier Dimensionen: Vision & Strategie, Entwicklungs- & Innovationsgrad des Kundenerlebnisses, Mitarbeiter & Kultur, Projektmanagement & Kennzahlen. Befragt werden: Top- und C-Management, Mitarbeiter in der Zentrale und an verschiedenen Verkaufsstandorten und Kunden. Ergebnisse werden wortwörtlich und als Metrik präsentiert, Pain Points und Stärken ermittelt. Auf Basis der zentralen Erkenntnisse können die nächsten sinnvollen Schritte für die Entwicklung der Kundenzentrierungs-Strategie festgelegt, Quick Wins, konkrete Handlungsempfehlungen eruiert, eine Road Map aufgestellt werden.



KUNDENSTIMMEN

„Das Ergebnis war sehr positiv, teilweise ernüchternd, bspw. die unterschiedliche Definition zu Customer Experience im Unternehmen. Freuen können wir uns über gutes Feedback unserer Kunden; haben dafür jetzt ein KPI in der Business Balance Score Card und wir wissen, wo wir den Hebel für die Weiterentwicklung der Kunden-Strategie ansetzen können, ohne Zeit und Geld zu verschwenden.“

Customer-Centricity Manager/Deutschland