MEILENSTEINE ZUM MARKTERFOLG

- Strategische Geschäftsfundamente -

Meilenstein #6: 6 substanzielle Wertschöpfungstreiber für erfolgreiche Markenunternehmen

Eine differenzierte Positionierung als Markenunternehmen erfordert langjähriges Commitment in den Aufbau und die Penetration der Marke. Erfolgreiche Markenunternehmen realisieren außergewöhnliche Profitabilität; sie bauen ihre Wettbewerbs- und Profitabilitätsstärke auf 6 substanziellen Treibern auf:

- Kontinuierliche Weiterentwicklung von Leistungsangebot und Markenkraft für Überlegenheit in Wettbewerbsdifferenzierung und Kundennutzen sowie Marktführerschaft
- Marketingfokus: Kundenzentrierung, Kundenengagement, Kundenemotionalisierung
- Unternehmerisches Markenbekenntnis in Strategie und Umsetzung
- Überragende operative Umsetzung der Markenstrategie (Vertrieb, Distribution, Kommunikation)
- Technologie- und Innovationsentwicklung
- Ständige Effizienz- und Produktivitätsoptimierung für Kostenvorteile

Die Erfolgstreiber bedürfen der ständigen Steuerung und Weiterentwicklung, um eine langfristige Wertschöpfungsüberlegenheit sicherzustellen. Das ultimative Benchmark ist der Kunde, in dessen Wahrnehmung das Unternehmen und sein Leistungsangebot im Wettbewerbsvergleich einen besonderen, kaufentscheidenden Mehrwert bereitstellen muss. Je wertvoller der Mehrwert empfunden wird, desto stärker die Kaufpräferenz.