

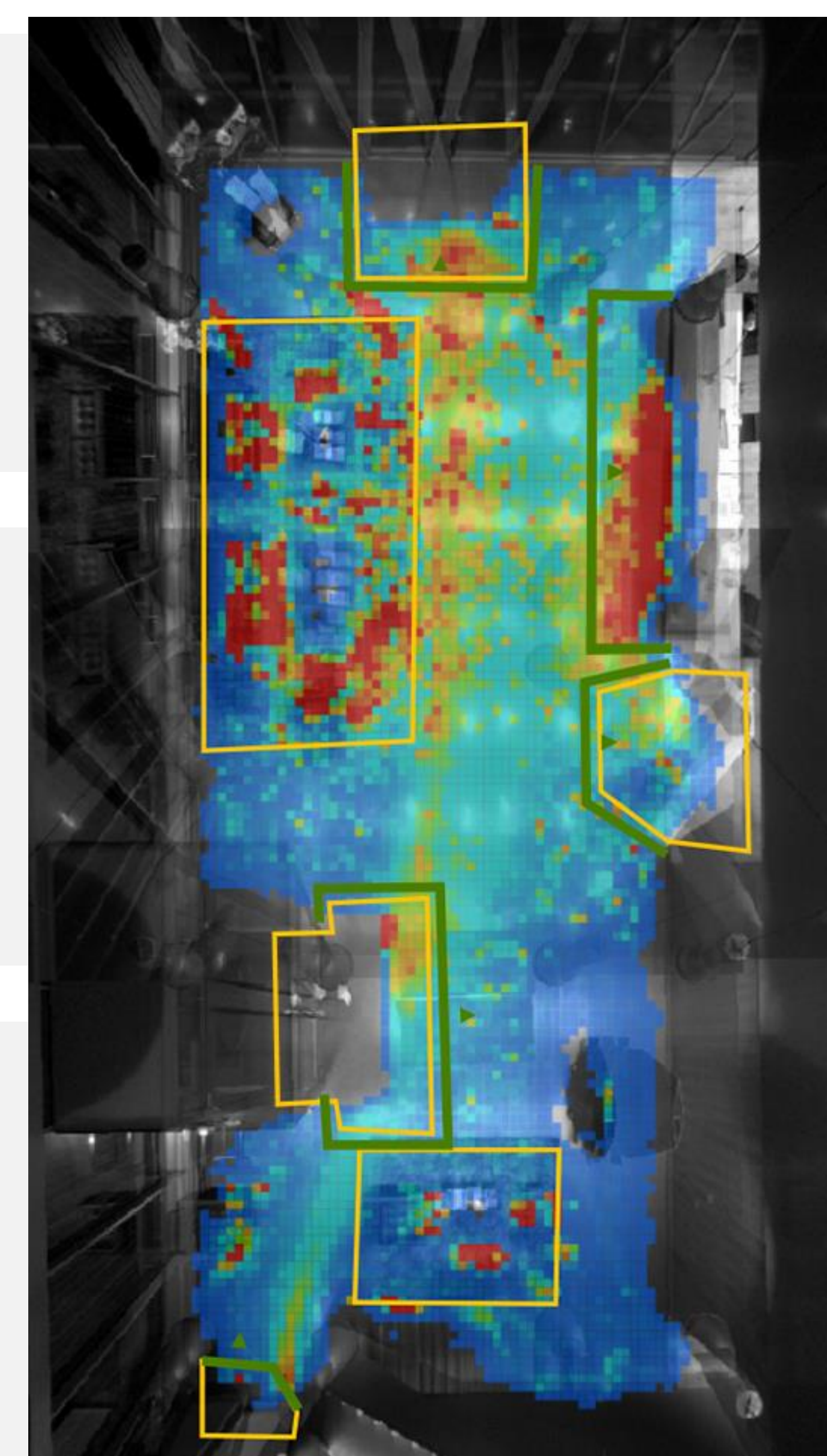
Master of Science in Engineering

Segmentoffering für Krankenhäuser

Erstellen eines innovativen Segmentoffering für den DACH-Raum



Quelle: KONE Aufzüge



Quelle: KONE Aufzüge

Problemstellung

In der Forschungsarbeit wurde ein segmentspezifisches Angebot für das Segment «Medical» ausgearbeitet. Der Kooperationspartner ist KONE, einer der weltweit führenden Hersteller für Aufzüge und Rolltreppen. Die Herausforderung ist das die Angebotsverfahren in diesem Segment komplex und zeitaufwändig sind. Ausserdem haben die Kunden spezielle Anforderungen, welche ein grosses Fachwissen in diesem Bereich benötigen. Die Idee ist mit einem segmentspezifischen Ansatz Abhilfe zu schaffen, in dem der Verkauf in der Angebotsphase optimal unterstützt wird.

Lösungskonzept

Für das Lösungskonzept wurde das komplette Produktportfolio von KONE im DACH-Raum analysiert. Ergänzend wurde die segmentspezifischen Bedürfnisse mittels interner und externer Interviews ermittelt. Anhand dieser Daten wurden Personas gebildet, welche verschiedene Kunden in dem Segment abbilden.

Ergebnisse

Das Ergebnis ist ein segmentspezifisches Angebot, welches auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten ist. Es zeigt auf, welche Produkte und Dienstleistungen KONE seinen Kunden anbieten kann. Es dient der Unterstützung der Verkaufsabteilung, um schnell und effizient Angebote erstellen zu können. Ausserdem hilft es den Kunden optimal betreten zu können, da alle wichtigen Bedürfnisse von ihm abgedeckt werden. Weiterhin haben sich Empfehlungen ergeben, wie die Erkenntnisse Intern- wie Extern kommuniziert werden können.

Das segmentspezifische Offering trägt dazu bei einen grösseren Kundenfokus zu haben und die «Sprache» des Kunden zu übernehmen. Damit kann auf seiner Seite die Zufriedenheit erhöht werden und KONE sich weiter als zuverlässigen Partner etablieren.

Raffael Fanelli

Hauptbetreuer:
Prof. Dr. Sascha Götte

Experte:
Lars Losinger

Kooperationspartner: KONE Aufzüge

