



Steigerung der Marketing Performance durch mehr Kundenorientierung

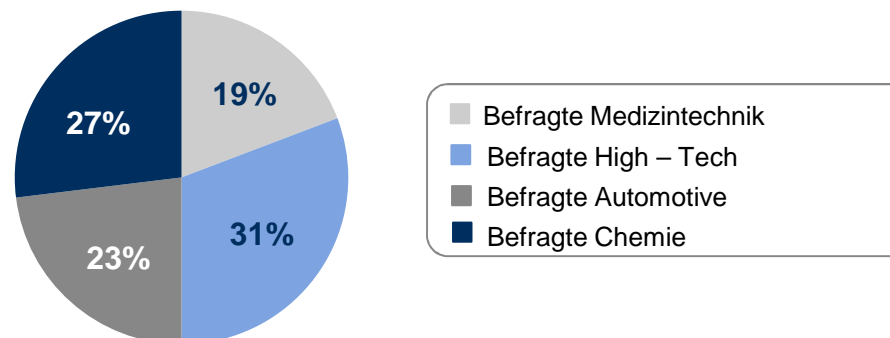
Zusammenfassung der Marketing Performance Benchmarking Studie

März 2010

J&M RESEARCH



- Ende 2009 bis März 2010 hat die J&M Management Consulting eine Befragung zum Status Quo des Marketing Setup von führenden Industrieunternehmen im deutschsprachigen Raum durchgeführt. Dabei wurde auch der Reifegrad der Marketing Performance dieser Unternehmen im Vergleich zum Wettbewerb untersucht.
- Die Umfrage wurde mittels persönlicher Interviews durchgeführt.
- Befragt wurden Marketing Leiter mit direkter Berichtslinie zu Geschäftsführung (80%) und Vorstand (20%) von Unternehmen mit Hauptsitz in Europa.
- Die Befragten bedienen meist als zentrale Marketing Abteilung 51 Länder im Durchschnitt: EMEA (100%), APAC (70%), NAM (65%), LAM (55%)
- Die befragten Abteilungen beschäftigen durchschnittlich 17 Mitarbeiter (Streuung 2 bis 90 Mitarbeiter) und verfügen über ein Budget von durchschnittlich 11 Mio. € (Streuung 0,5 Mio. bis 58 Mio. €). Dies entspricht 0,7% des durchschnittlichen Jahresumsatzes (Streuung 0,1 bis 2%).
- Es nahmen Unternehmen der Branchen Medizintechnik, High – Tech, Automotive und Chemie an der Studie teil:

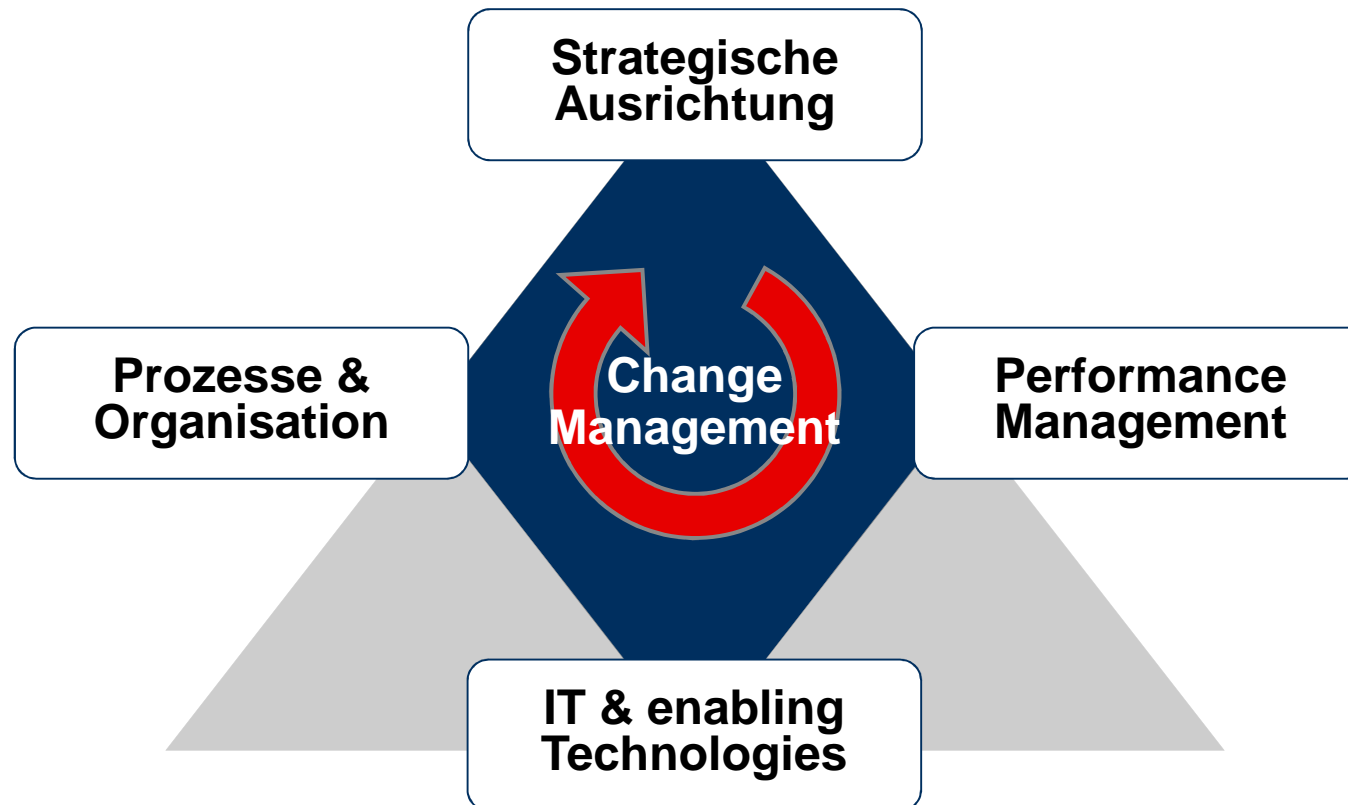


Die befragten Unternehmen sehen Ihre aktuelle Marketing Performance bei durchschnittlich 60%. Unter den gegebenen Rahmenbedingungen wird eine deutliche Steigerung um über 40% für möglich gehalten.

Die Befragten sahen dabei folgende Top 5 Stellhebel als beste Möglichkeit zur Steigerung der Marketing Performance:

- 1) Verbesserung der Kundendaten / Informationen :
 - Höhere Priorisierung der Marktforschung als Kernaufgabe
 - Verbesserung der Marktkenntnisse & des Marketing Know-hows von Marketing Mitarbeitern
- 2) Stärkere zielgruppenorientierte Ausrichtung :
 - Größere Nähe zum Endkunden
 - KPI – basierte Steuerung der Kundenorientierung
- 3) Verbesserte Zusammenarbeit mit dem regionalen Vertrieb :
 - Stärkere Verzahnung mit dem wichtigsten „Kunden“ der Marketing Abteilung
 - Unterstützung der operativen Prozesse durch geeignete IT Systeme
- 4) Verbesserte Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen :
 - Verbesserte Zusammenarbeit mit Customer Service und F&E für eine Total Customer Experience
 - Definition und Dokumentation von Prozessen & Schnittstellen zur Steigerung der Effizienz
- 5) Sicherstellung von Transparenz & Messbarkeit :
 - KPI – basierte Marketing Steuerung über eine marketingspezifische Zielerreichung
 - Erhebung von Kennzahlen zur Messung des Impacts der Marketing Maßnahmen beim Endkunden

Die Marketing Performance wird durch fünf Dimensionen bestimmt und lässt sich durch die identifizierten Hebel signifikant steigern





Dr. Volker Zeuzem

Tel.: +49 621 124 769 - 0
Fax: +49 621 124 769 - 20
Mobile: +49 172 259 81 50
E-Mail: volker.zeuzem@jnm.com



Dr. Adrian Reisch

Tel.: +49 621 124 769 0
Fax: +49 621 124 769 20
Mobile: +49 172 629 42 64
E-Mail: adrian.reisch@jnm.com

J&M Management Consulting AG

Willy-Brandt-Platz 5
68161 Mannheim
www.jnm.com