

Service Management

CASEStudy

Services in der Logistik: Preisgestaltung von optimalen Leistungsvarianten



Auflieger & Anhänger für den Tiefkühl-, Kühl- und Trockenfrachtverkehr

AUFTRAGGEBER

Die Schmitz Cargobull AG ist Europas führender Trailerhersteller und bietet unterschiedliche Koffer-, Planenfahrzeuge sowie Trailer-Aufbauten für die Nutzfahrzeugbranche an. Das Dienstleistungsangebot umfasst ein umfangreiches After-Sales-Programm, Finanzierungsmöglichkeiten sowie ein auf GPS-Technologie basierendes Trailer-Informationsmanagement. Schmitz Cargobull Telematics GmbH ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Schmitz Cargobull AG. Sie wurde 2004 als eigenständiger Bereich gegründet und erweitert das Dienstleistungsangebot um die Trailer-Telematik. (www.schmitzcargobull.de).

AUSGANGSLAGE

Der Schmitz Cargobull AG fehlen neue innovative Unterstützungskonzepte, um im Sinne des Kunden und als Abgrenzung zum Wettbewerb Leistungspakete zu schnüren, die Trailer und Services integrieren. Es herrscht ein zunehmender Preisverfall bei den Fahrzeugen. Dieser soll mit Hilfe von Services ausgeglichen werden.

HERAUSFORDERUNG

Im Rahmen des Forschungsprojektes Smartwert galt es, kosten- und preisoptimale Leistungspakete zu schnüren, die Trailer und Services integrieren. Es besteht ein Zwang zur Standardisierung, da das Telematikangebot durch viele Optionen beschrieben wird. Die Preisbereitschaft der Kunden für kaufrelevante Merkmale waren nicht bekannt. Aus den Ergebnissen sollten geeignete Telematikpakete gestaltet werden und hierzu die maximale Zahlungsbereitschaft ermittelt werden. Untersuchungsgegenstand waren die Telematikhardware und -dienstleistungen.



Herr Karl-Heinz Neu, Geschäftsführer bei der Cargobull Telematics GmbH
„Die Ergebnisse geben uns Optimierungsansätze zur Ausgestaltung unserer Produkt- und Dienstleistungsbündel sowie des dazugehörigen Pricings.“

VORGEHENSWEISE

1. Aufnahme der internen Prozesse zur Produkt- und Dienstleistungsentwicklung sowie zur Preisfindung.
2. Durchführung qualitativer und quantitativer Kundenbefragungen: Identifikation relevanter Merkmale aus Kundensicht.
3. Zweistufige Preismessung: Messung des Kundennutzens der relevanten Leistungsmerkmale und Analyse der Mehrpreisbereitschaft.
4. Kostenanalyse: Erhebung der Daten wie Zahlungsbereitschaft, Herstellkosten, Leistungsprogramme von Wettbewerbern sowie Analyse der Daten.
5. Leistungsoptimierung: Durchführung einer Optimierungsrechnung und Abschätzung der Datenunsicherheit sowie Entwicklung umsetzbarer Lösungen.



Das Bindeglied in der Logistikkette - Telematik für Ladung und Trailer

ERGEBNIS

Der Preis für die Telematikdienstleistungen: Ortung des einzelnen Trailers, Ladungsüberwachung, technische Überwachung durch Übermittlung spezifischer Trailerinformationen sowie die Vernetzung der Einzelsysteme wie Bremse und Reifen wurde ermittelt. Folgende weitere Ergebnisse wurden erzielt:

- Identifikation von Werttreibern aus Kundensicht.
- Zahlungsbereitschaften auch für neu entwickelte zukünftige/geplante Dienstleistungen.
- Empfehlungen für die Gestaltung des Leistungsprogrammes: Variantendifferenzierung.
- Prozessuale Verbesserungsansätze zur Preisfindung.
- Optimale Leistungsbündel aus Produkt und Dienstleistung.
- Ausbau der kundenorientierten Gestaltung von Hardware, Unternehmenskommunikation und Kundenbetreuung.



Schoen + Company ist spezialisiert auf Technologie- und Dienstleistungsunternehmen und verfügt über das Wissen, die Erfahrung, Tools, Konzepte und Methoden, um Ihnen als kompetenter Partner zur Seite zu stehen.

Ihr Ansprechpartner: Ralf Schön, Geschäftsführer

Schoen + Company GmbH
Management Consultants
Neuer Zollhof 2
40221 Düsseldorf
T 0211-8395-410
F 0211-8395-411
E info@schoen-company.com
I www.schoen-company.com