

Service Management

Service-Strategie im Maschinenbau Pricing & Konfiguration von Full-Service-Angeboten

AUFTRAGGEBER

DEMAG Cranes & Components ist ein international aufgestelltes Unternehmen mit Standorten in Deutschland sowie Vertriebsgesellschaften und Auslandsvertretungen auf allen Kontinenten. Mit den Unternehmensbereichen Krane, Handling Technology/Antriebstechnik und Service bietet DEMAG Cranes & Components Materialfluss-, Logistik- und Antriebslösungen für jede Branche und Unternehmensgröße, vom Handwerksbetrieb bis zum industriellen Großunternehmen. Weltweit erwirtschafteten die 5.232 Beschäftigten im Jahr 2008 rund 900 Millionen EUR Umsatz (www.demagcranes.de).

AUSGANGSLAGE

Die Bedeutung von Dienstleistungen im industriellen Sektor sind gestiegen. Aus diesem Grunde erweitern viele Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus gegenwärtig ihr Leistungsprogramm um kundennahe Dienstleistungen. DEMAG Cranes & Components besitzt bereits eine Vielzahl unterschiedlicher Dienstleistungen abgestimmt auf die Produkte. Aus Sicht des Kunden stellt sich das Angebot und die dazugehörigen Preismodelle aber als wenig differenziert und intransparent dar.

HERAUSFORDERUNG

Das vorrangige Ziel des Projektes ist die Identifikation von Verbesserungspotenzialen zur Konfiguration und Bepreisung der Full-Service-Angebote. Weiterhin sollen geeignete Erlösmodelle für die Leistungsbündel gefunden werden. DEMAG Cranes & Components möchte so differenzierter am Markt auftreten, die Rentabilität erhöhen und Transparenz für den Kundennutzen schaffen.



CASEStudy



Kräne von DEMAG finden in den unterschiedlichsten Branchen ihre Verwendung



Christoph Greger, Produktmanager Antriebstechnik bei DEMAG Cranes
„Wir müssen differenziert am Markt auftreten, um die Rentabilität zu erhöhen und so Arbeitsplätze zu sichern. Die Kommunikation des Kundennutzens ist zur Differenzierung unabdingbar.“

VORGEHENSWEISE

1. Auswahl eines beispielhaften Standardproduktes.
2. Aufnahme der einzelnen Dienstleistungen zu dem Produkt.
3. Aufnahme der internen Prozesse zur Produkt- und Dienstleistungsentwicklung sowie zur Preisfindung.
4. Durchführung qualitativer und quantitativer Kundenbefragungen: Identifikation relevanter Merkmale aus Kundensicht.
5. Zweistufige Preismessung: Messung des Kundennutzens der relevanten Leistungsmerkmale und Analyse der Mehrpreisbereitschaft.
6. Leistungssystemoptimierung: Durchführung einer Optimierungsrechnung und Abschätzung der Datenunsicherheit sowie Entwicklung umsetzbarer Konfigurationen.



Preisfindung für hybride Produktbündel

ERGEBNIS

Die Preise für die Dienstleistungen Wartung, Inspektion, Reparatur, Ersatzteilservice, Schwachstellen- und Gefährdungsanalyse sowie Schulung wurden ermittelt. Folgende weitere Ergebnisse wurden erzielt:

- Identifikation und Ranking von Werttreibern aus Kundensicht
- Die TOP 4-Werttreiber besitzen einen überproportionalen Anteil an der Erreichung der Gesamtzufriedenheit.
- Berechnung der Mehrwerte bei Verbesserung einzelner Servicemerkmale ergab vereinzelt eine 50%ige Erhöhung der Zahlungsbereitschaft.
- Die Leistungsoptimierung führte zur Entwicklung von zwei in sich stimmigen, effizienten und an den Kundenbedürfnissen ausgerichteten Dienstleistungsvarianten.
- Durch die Optimierung des Standardproduktes lassen sich Empfehlungen für das gesamte Leistungsprogramm ableiten.
- Das breite Dienstleistungsangebot muss durch eine Kosten- und Deckungsbeitragsanalyse auf unrentable Varianten überprüft werden.



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