

## Strategie

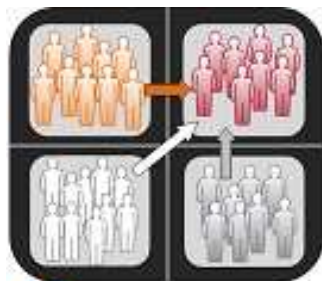
**Ein starkes Instrument:**

# Der antz21-Kundenqualitätsindex

**Autorin: Andrea Ahlemeyer-Stubbe**

### Management Summary

**Er gibt Auskunft über Umsatzerwartung, hilft, Marketingmittel effektiver einzusetzen und Kundenwanderungen zu verfolgen, ermöglicht die zuverlässige Einschätzungen der Kunden-Haltbarkeit und lässt Schlüsse über die Verkaufspotenziale für Zusatzprodukte zu. Zudem ist er auf unterschiedliche Unternehmenstypen zugeschnitten und, nach etwas Feintuning auf Unternehmensinterna, unkompliziert einsetzbar. Das komplexe Regelwerk, das hinter dem von der antz21 GmbH entwickelten Kundenqualitätsindex steckt, stellt dieser Artikel vor.**



Es kann den entscheidenden Vorsprung im Wettbewerb bedeuten, wenn ein Unternehmen früh und zuverlässig weiß, mit welchen Entwicklungen bei seinen Kunden zu rechnen ist. Denn wer strategische Entscheidungen auf eine möglichst breite Basis von aktuellen, gesicherten Informationen stellen kann, behauptet sich auch in schwierigen Märkten.

Doch eine Aussage über die aktuelle und zukünftige Qualität von Kunden ist nur dann zuverlässig, wenn eine Vielzahl von Faktoren erhoben, betrachtet, gewichtet, miteinander in Beziehung gesetzt und interpretiert wird:

- Aktivität des Kunden
- Umsatz
- Zahlungsverhalten
- Zahlungswege
- Alter der Kundenbeziehung
- Lebensdauer
- Nutzung von Sonderleistungen
- Werbung von Neukunden
- ...

Bislang war es nur mit großem Aufwand möglich, die Fülle von Einzelinformationen zu tragfähigen Bewertungen zusammenzuführen und diese als Management Decision Support bereit zu stellen. Dazu fehlte einfach das geeignete Instrument. Eine Neuentwicklung der antz21 GmbH schließt diese Lücke.

Mit dem Kundenqualitätsindex hat antz21 eine eindeutige und aussagekräftige Kennzahl geschaffen, die, in regelmäßigen Reportings (Cockpit, Dashboards, Kundenmonitoring) eingesetzt, als wertvolle Grundlage für strategische Entscheidungen dient.

Der Kundenqualitätsindex gibt z. B. klare Hinweis darauf,

- wie viele Kunden „überleben“ werden
- was im nächsten Halbjahr in welche Kunden investiert werden sollte oder
- wie viele Neukunden von Bestandskunden voraussichtlich geworben werden.

Dahinter steht ein komplexes Regelwerk. Es definiert die Zusammensetzung der diversen Parameter und stellt Zusammenhänge her. Es gewichtet die einzelnen Angaben und verdichtet sie zu Merkmalen, die so stabil sind, dass sie innerhalb eines Unternehmens vergleichbar und übertragbar sind und eine Fortschreibung in die Zukunft erlauben.

Gemäß diesem Regelwerk werden alle Kunden zu einem festgelegten Stichtag in regelmäßigen Abständen bewertet, gekennzeichnet und mit aktuellem Qualitätsindex versehen.

Kein Unternehmen ist wie das andere – das Business eines Verlags funktioniert nach anderen Regeln als z. B. Versandhandel oder Tourismus. Ein kleiner Betrieb arbeitet nach anderen Gesetzmäßigkeiten als ein großer Konzern.

Hier kommen die vielfältige Praxiserfahrung und das analytisch-technische Know-how der antz21-Experten zum Tragen. Vor dem Einsatz in einem Unternehmen wird der Kundenqualitätsindex speziell auf dessen Erfordernisse eingestellt. Denn die sensible Beachtung und Einarbeitung der „gewissen Unterschiede“ und die daraus folgende Feinjustierung der Parameter machen den Kundenqualitätsindex zu einem noch wertvolleren, individuellen Instrument zur Unterstützung strategischer Entscheidungen.

#### **Fazit:**

Nach etwas Feintuning auf Unternehmensinterna kann der antz21-Kundenqualitätsindex von jedem Unternehmen unkompliziert eingesetzt werden, um damit seine strategischen Entscheidungen noch schlagkräftiger zu machen.