

## *Kundennähe*

### Neue Wachstumskraft durch konsequente Marktorientierung eines Technologieunternehmens

Funktionale Organisationen führen oft zur ungenügenden Kosten- und Ertrags-  
transparenz nach Branchen oder Kunden und verhindern eine fokussierte, auf  
den Kunden zugeschnittene Marktbearbeitung.

#### Der Kunde

- Unternehmen der Kunststoffindustrie (Kunststoffspritzguss)
- Umsatz: ca. CHF 150 Mio.
- Anzahl Mitarbeiter: ca. 400

#### Das Ziel

- Klare Kosten- und Ergebnisverantwortlichkeiten schaffen
- Kosten- und Ertragstransparenz nach Branchen/Kunden ermöglichen
- Die Prozesseffizienz steigern und die Kundenbetreuung und -bindung optimieren

#### Die Lösung

- Profitcenter nach Branchen (Automotive, Sanitär/Industrie, Medizin) mit allen dazu gehörigen operativen Funktionen aufbauen: Verkauf, Produktion/Logistik, Technik/Werkzeugbau
- Kundenteams gemäss A-, B-, C-Klassifizierung mit den Funktionen Verkauf, Produktbetreuung, Auftragsmanagement als zentrale Ansprech- und Betreuungsstelle für den Verkaufs-, Entwicklungs- und Auftragsabwicklungsprozess bilden
- Etablieren von Profitcenter übergreifenden Erfahrungsgruppen und Kompetenzzentren zum Sicherstellen des Know-how-Transfers in der Entwicklung
- Durch eigene Engineering-Firmen bei den Automobilherstellern eine partielle Vor-Ort-Produktentwicklung für die Automobilbranche ermöglichen

#### Der Nutzen für den Kunden

- In allen kundennahen Prozessen – Verkauf, Entwicklung und Auftragsabwicklung – wird eine interdisziplinäre Kundenbetreuung betrieben.
- Es wird direkt auf die Produktentwicklung beim Kunden Einfluss genommen, indem die Kundenprodukte mitgestaltet werden.
- Eine klare Kosten-, Ergebnisverantwortung und -zuordnung nach Branchen/Kunden ist möglich.
- Durch branchenübergreifende Entwicklungssynergien wurde technologische Innovationskraft geschaffen.
- Neuer Schwung durch die Profitcenterautonomie: Die Branchen Medizin, Sanitär/Industrie haben sich von der Automobilbranche emanzipiert.