

„Marketing-Excellence“ Streben nach Spitzenleistungen im Marketing

- Exzellentes Marketing leistet einen nachweisbaren und substanziellen Beitrag zur Erreichung der Unternehmensziele (Umsatz, Absatz, DB, ...).
- Es ist auf Top-Management Ebene personell eigenständig vertreten.
- Exzellentes Marketing wird reflektiert durch eine hohe Kundenzufriedenheit und eine geringe Kundenabwanderungsrate.
- Exzellentes Marketing verfügt über die Fähigkeit rasch und effizient Informationen zu beschaffen, diese rasch auszuwerten und in modifizierte oder oder neue Leistungen zu überführen, um diese den relevanten Bezugsgruppen crossmedial, rasch und konsistent zur Verfügung zu stellen.
- Exzellentes Marketing ist in Bezug auf Kosten und Nutzen messbar und transparent.
- Exzellentes Marketing verinnerlicht die Philosophie der Kundenorientierung im gesamten Unternehmen nachhaltig. Es integriert seine Kunden in die eigene Wertschöpfungskette und lehnt halbherzige Kompromisse ab.
- Exzellentes Marketing ist anders, es ist innovativ, kreativ UND systematisch.
- Exzellentes Marketing zeichnet sich durch eine hohe Prozessorientierung und den Einsatz von Standards aus.
- Exzellentes Marketing vermag technologische Potentiale in Kundennutzen zu transformieren.
- Exzellentes Marketing integriert Dienstleister in die eigene Wertschöpfungskette und betrachtet sie als Partner.
- Exzellentes Marketing pflegt und entwickelt die eigenen personellen Ressourcen.
- Exzellentes Marketing verfolgt den „Stakeholder-Ansatz“, die Entwicklung langfristig profitabler Kundenbeziehungen steht im Vordergrund (vor kurzfristiger Gewinnoptimierung).
- Exzellentes Marketing orientiert sich an „Best practices“.
- Exzellentes Marketing ist ein kontinuierlicher und iterativer Prozess.