



Dr. Mareike Bodderas, Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Versicherungswirtschaft, HSG, St. Gallen

Mareike Bodderas ist Projektleiterin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Versicherungswirtschaft. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Customer Value und Integriertes Dienstleistungsmanagement. Mareike Bodderas ist 28 Jahre jung.

Customer Value Management

Wie der Kundennutzen den Unternehmenserfolg beeinflusst

Was ist die Ausgangslage Ihres Referats?

Das Customer Value Konzept hat in den letzten Jahren bei Praktikern und Wissenschaftlern an Bedeutung gewonnen. Unternehmen erkennen die Bedeutung von Kundenorientierung und integrieren zunehmend das Customer Value Konzept in ihr Geschäftsmodell. Ziel ist es, die internen Aktivitäten gezielt auf die Kundenwünsche auszurichten. Der dahinterliegende Gedanke ist, dass die Schaffung von Kundennutzen den Umsatz des Unternehmens positiv beeinflusst.

Welche Frage- oder Problemstellung behandeln Sie in Ihrem Referat?

Was für ein Zusammenhang besteht zwischen Customer Value, Kundenbindung und Umsatzwachstum?

Wie sind Sie die Fragestellung angegangen (methodisch, forschungstechnisch, et cetera)?

Der Customer Value wird aus verschiedenen Value-Dimensionen, basierend auf 4-6 Items je Dimension, operationalisiert. Der Zusammenhang zwischen Customer Value, Kundenbindung und Umsatzwachstum wird mittels einem Strukturgleichungsmodell untersucht.

Wird im Referat ein Beispiel aus der Praxis gezeigt? Wenn ja, können Sie dazu ein paar Stichworte geben?

Die Ergebnisse zeigen, dass z.B. die Customer Value Dimensionen «Individualisierung» und «Kompetenz» den grössten Einfluss auf Kundenbindung haben.

Was fasziniert Sie selber am meisten an diesem Thema? Warum glauben Sie, ist es zentral für die Teilnehmenden vom Tag der Marktforschung?

Das Customer Value Konzept ist wissenschaftlich fundiert und zugleich einfach in der praktischen Umsetzung. Wissenschaft und Praxis zeigen, dass Unternehmen, die den Kunden mit seinen Wünschen und Bedürfnissen in den Mittelpunkt stellen und deren Anforderungen an Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen verstehen, erfolgreicher in der Kundenbindung sind.