| Abb. 47: Service Navigator | Betrieb: Otto Eberle GmbH & Co. KG | Datum: | © Dirk-J. Harms itb, UNI DUE |
|---|---|---|---|
| | Geschäftsfeld: Bauunternehmen | Blatt: | |

DL-Ergebnis

**6. Finanzperspektive**

| Ziel | Kenngröße | Vorgabe | Maßnahme |
|---|---|---|---|
| gleichmäßige Auslastung | Umsatz / Monat | > 200 T€ | Kapazitätsplanung |
| Sicherung der Zahlungsfähigkeit | Liquiditätsgrade | $L_{II}$ > 70% | Monatliche Finanzanalyse |
| Ertragskraft steigern | cash-flow II-Rate | > 10% | Kostenmanagement |

DL-Prozess

**5. Mehrwertdienstleistungsperspektive**

| KuKoPhase | Ziel | Kenngröße | Vorgabe | Maßnahme |
|---|---|---|---|---|
| Information | Verständnisfragen v. Kunden ↘ | # V-Fragen/Monat | < 10 V-Fragen / Monat | Formulierungen in Kundensprache / Glossar |
| Angebot/Kauf | Überzeugung durch Argumente | # Aufträge / # Anfragen | > 75% | Wirtschaftlichkeitsrechnung |
| Ausführung | Produktivitätssteigerung | # Bauzeitenplan | reibungslose Abwicklung | Gantt-Diagramm / Webcam |
| Nutzung | Folgeaufträge generieren | # Folgeaufträge | Visitenkarten / Flyer verteilen | Prämie ausloben |
| | Wartungs-DL (Fugenwartung) | # Wartungsverträge | 2 pro Jahr | Mehrdimensionales Marketing |

**3. Kundenperspektive extern**

| Ziel | Kenngröße | Vorgabe | Maßnahme |
|---|---|---|---|
| Wahrnehmung durch Senioren erhöhen | # Anfragen | 2 Anfragen/Woche | Referenzobjekte als PR-Maßnahme |
| | # Aufträge | 1 Auftrag/Monat | |
| seniorengerechte Homepage | # Senioren-Anfragen | 2 Anfr./Woche | Lesbarkeit ↗ Info vorschalten |
| Multiplikatoren gewinnen | # Empfehlungen | 1 Empf. / Monat | Kontakt zu Sen.vereinig. |

**4. Kundenperspektive intern**

| Ziel | Kenngröße | Vorgabe | Maßnahme |
|---|---|---|---|
| Kundenrückmeldungen auswerten ↗ | Quote nicht beachteter Reklamationen | < 5% | Aushänge im Betrieb, König Kd: „They said“ |
| Social-Media ↗ | E-Mail-Anfragen | Steigerung | Blog ausbauen / SEO-Optimierung |
| Kundenorientierung durch MA ↗ | # Vorschläge / Blogs | 1 pro MA u. Quart. | Gewerbliche MA verfassen Blogs |
| gezielte Sen.ansprache | # Feedbacks | ↗ | betriebl. Senioren-Berater |

Lernen

**2. Befähigerperspektive**

| | Ziel | Kenngröße | Vorgabe | Maßnahme |
|---|---|---|---|---|
| Mitarbeiter | regelmäßige MA-Gespräche | # Gespräche pro Jahr | Gesprächsprotokoll | externer Moderator I Mitdenken aktivieren |
| Prozesse | Informationsfluß verbessern | # Fehlerläufe | < 3 pro Tag | Diagramm Ablauforganisation / Blueprinting |
| | Verschlankung d. Angebotsprozesse | # Tage bis zur Angebotsabgabe | < 7 Tage | Blueprinting Angebotsabgabe |
| Führung | Verbesserung der Sozialkompetenz | # Fragen, Rechtfertigungen | < 5 pro Woche | weniger Fachsprache |
| Kooperation | Qualifizerung der Kooperationspartner | # Koop-Partner | 2 Koop-Partner je Gewerk | hauseigene Seminare für Partner |

Dienstleistungs-Potenzial

**1. Positionierung des Unternehmens**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Strategie | Marktdurchdringung | Geschäftsfeld | Senioren – Privatkunden |
| Mission | Wir verstehen uns als Bau-Dienstleister mit dem Anspruch höchster Kundenzufriedenheit | | |
| Vision | Seniorenfreundlicher Baubetrieb, erste Adresse in der Südpfalz | | |

Abb. 47: Vollständiger Service Navigator der Otto Eberle GmbH & Co. KG