Abb. 44: Service Navigator	Betrieb: Mänz & Co. KG	Datum:	© Dr. Stefan Borchert, UNI DUE, itb
	Geschäftsfeld: Baudienstleister	Blatt:	

6. Finanzperspektive

Umsatz- und Deckungsbeitragssteigerung in den beiden Zielgruppen

5. Mehrwertdienstleistungsperspektive

- Abstimmung des Bedarfes mit Pflegedienst, Arzt sowie QM-Entlaßmanagement des Krankenhauses
- Bestandsanalyse mit Kunden in Wohnung mit Wohnraummemorandum nach Beauftragungsschranke
- Organisation der Finanzierungsmöglichkeiten (über Pflegekassen, Bausparkassen oder Versicherungen)

3. externe Kundenperspektive

- Weiterhin Aufklärung über Problemlösungsangebot
- Steigerung des kaufentscheiderspezifischen Bekanntheitsgrades
- Messung Kundenzufriedenheit mit Referenzanführung

4. interne Kundenperspektive

- Erweiterung Zielgruppen um Demenzkranke
- Systematische Kunden-/ Multiplikatoren-Verwaltung/CRM

2. Befähigerperspektive (Mitarbeiter, Prozesse, Führung, Kooperation)

- Mitarbeiter: Fortbildungen und Beteiligung an Prozess-/ Leistungsweiterentwicklung
- Prozesse: Einbindung in Pflege-bzw. Entlassmanagement von Krankenhäusern nach DIN/ISO-Standards mit vordefinierten Prozessablauf unter Sicherstellung der Beauftragung (Beauftragungsschranke), CRM-System-Aufbau
- Führung: Erfolgsbeteiligung der Mitarbeiter nach Mindestdeckungsbeitrag pro Auftrag
- Kooperation: Rahmenvereinbarungen mit neuen Multiplikatoren wie Bausparkassen, Versicherungen, Krankenhäuser

1. Positionierung des Unternehmens

Strategischer Teilpfad: Intensivierte Fortführung der Marktentwicklung durch Zielgruppenorientierung

Abb. 44: Service Navigator Mänz & Co. KG – Hausdarstellung