

Abstract

Relationship Management – den Kundennutzen managen. Die Kundenbeziehung wird in der Theorie als entscheidender Treiber für den Erfolg eines Unternehmens angesehen. Viele Ansätze sind vorhanden ein Unternehmen kundenorientiert auszurichten. Doch ist dies in der Praxis schwieriger als zuerst angenommen. Vor allem im Bereich der kleinen und mittleren Unternehmen fehlen bis heute Konzepte, die dieser Ausrichtung Rechnung tragen.

Die webagentur.ch aus Uster wagt den Schritt ein umfassendes Konzept für die Bearbeitung ihrer Stammkundschaft entwickeln zu lassen. In Zusammenarbeit mit dem Verfasser der vorliegenden Masterarbeit, werden die Unternehmenssituation und vor allem die Kundensituation analysiert. Die qualitativ angelegte Untersuchung mit den Kunden zeigt, dass alle Unternehmensbereiche über die gesamte Wertschöpfungskette betroffen sind, damit ein kundenorientierteres Unternehmen entstehen kann.

Das Konzept der webagentur.ch vereint vier Bereiche des Relationship Management, die aufeinander abgestimmt sind. Diese bieten dem Unternehmen sowohl konkrete Massnahmen zur Kundenbindung als auch die Möglichkeit die Zufriedenheit der Kunden zu messen. Voraussetzung für die erfolgreiche Umsetzung des Konzepts sind zudem Entwicklungen, die das unternehmenseigene Customer Relationship Management System betreffen, die im Konzept beschrieben sind.

Diese Arbeit bestätigt, dass durch die Innovationskraft und der Veränderungswille, hin zum Relationship Management, ein Unternehmen künftig erfolgreicher mit seinen Kunden interagieren kann. Diese Arbeit kann als Grundlage für weitere Konzepte für ein nachhaltiges Wachstum der Organisation und als Basis für weitere Forschung im Bereich Relationship Management für KMU Unternehmen dienen