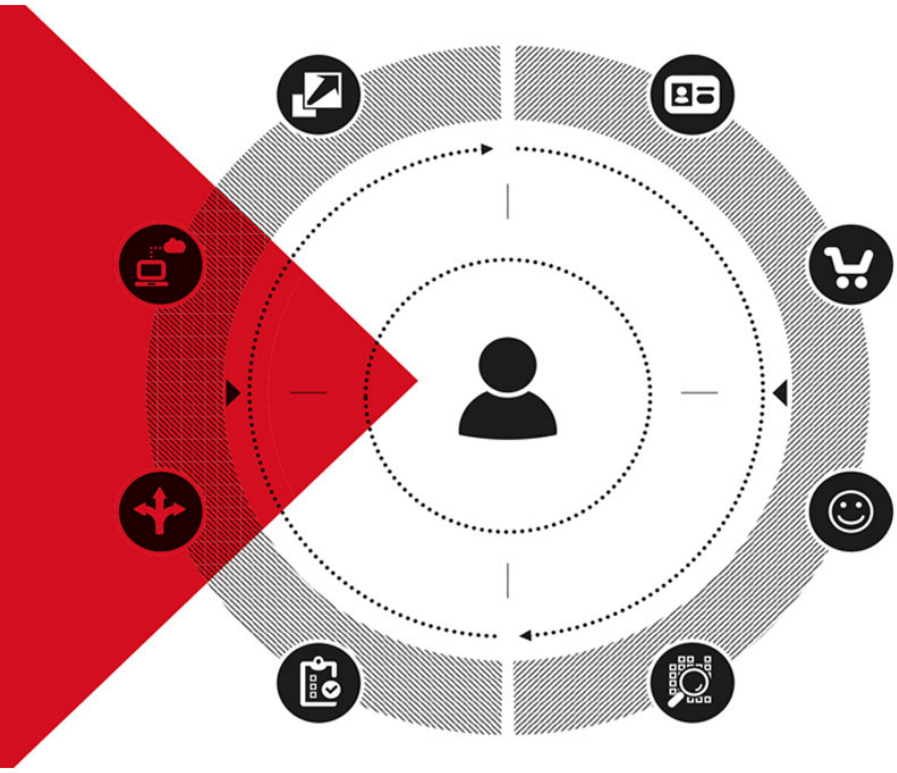


Den Kunden im Blick

Acht Erfolgsfaktoren für ein kundenzentriertes Geschäftsmodell

Kundenwünsche – heute, morgen, übermorgen

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

20/03/2019 Porsche Consulting nennt Erfolgsfaktoren für Customer Centricity.

Egal ob Dienstleistung oder Produkt – wenn Anbieter ihre Kunden halten und neue hinzugewinnen wollen, müssen sie jetzt schneller und flexibler denn je sein. Klassische Geschäfts- und Vertriebsmodelle verschwinden. Wer kauft heute noch CDs? Wer geht ins Kaufhaus, wenn er Schuhe braucht? Wer schaut ausschließlich lineares Fernsehen, leiht Videofilme aus oder bucht seinen Urlaub im Reisebüro? Kundenzentrierte Geschäftsmodelle verändern ganze Märkte in atemberaubender Geschwindigkeit, Unternehmen müssen sich anpassen. Porsche Consulting beschreibt im neuen Whitepaper den Schlüssel zum Erfolg im disruptiven Wettbewerb: „Customer Centricity“. Die Porsche-Berater haben acht Erfolgsfaktoren identifiziert, die dazu beitragen, dass Unternehmen Transformation schaffen und ihr Geschäftsmodell vollständig auf den Kunden ausrichten. Das Positionspapier zeigt, wie Unternehmen vorgehen müssen, um auch in Zukunft im Wettbewerb zu bestehen.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2019/unternehmen/porsche-consulting-whitepaper-erfolgsfaktoren-customer-centricity-17273.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/4a6eaf2b-5c70-4c4c-9ecf-18d57cb4b31b.zip

Externe Links
https://www.porsche-consulting.com/de/home/

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart