



ServiceAtlas Bau- und Heimwerkermärkte 2019

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 12 Bau- und Heimwerkermärkte

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

| | |
|--------------------------|---|
| Studienkonzept | ServiceValue GmbH |
| Erhebungsmethode | Online-Befragung |
| Erhebungszeitraum | Mai / Juni 2019 |
| Stichprobe | 761 Kunden mit insgesamt 978 Urteilen zu 12 Bau- und Heimwerkermärkten (Bewertung von bis zu zwei Bau- und Heimwerkermärkten, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten eingekauft haben) |
| Auswertung | <p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 12 Bau- und Heimwerkermärkte</p> <ul style="list-style-type: none"> • BI DISCOUNT-Baumarkt • BAUHAUS • BayWa • GLOBUS Baumarkt • hagebau • hela Profi Zentrum • Hellweg • HORNBACH • KNAUBER • OBI • STABILO • toom BauMarkt |
| Gesamtumfang | 174 Seiten Chart-Berichtsband (PDF) |

Studiendesign (I)

| | |
|--------------------------------------|---|
| Gesamtaussagen | <ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image • Eingehen auf Kundenbedürfnisse |
| Kundenbindung | <ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung |
| Kundenorientierte Mitarbeiter | <ul style="list-style-type: none"> • Verfügbarkeit von Mitarbeitern • Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter • Kompetenz der Mitarbeiter • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Vollständigkeit der Beratung |
| Kundenservice | <ul style="list-style-type: none"> • Serviceleistungen (z.B. Holzzuschnitt, Farbenmisch-Service) • Umtausch und Rückgabemöglichkeiten • Schnelligkeit bei Bedienung und Kassen • Umgang mit Beschwerden / Reklamationen |
| Kundenkommunikation | <ul style="list-style-type: none"> • Verbindlichkeit von Aussagen • Verständlichkeit der Beratung • Orientierung auf der Homepage • Informationsgehalt der Werbematerialien • Glaubwürdigkeit der Werbung |
| Sortiment und Produkte | <ul style="list-style-type: none"> • Umfang des Produktangebots • Qualität der Eigenmarken • Verfügbarkeit der Produkte • Ergänzung des Sortiments (Autozubehör, Haushalt etc.) |

Studiendesign (II)

| | |
|--|---|
| Attraktivität der Baumärkte | <ul style="list-style-type: none"> • Übersichtlichkeit / Orientierungshilfen • Atmosphäre der Filialen • Räumliche Großzügigkeit • Sauberkeit und Ordentlichkeit • Übersichtlichkeit und Sortierung der Produkte |
| Preis-Leistungs-Verhältnis | <ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Sonderangebote / Aktionen |
| Sonstiges | <ul style="list-style-type: none"> • Räumliche Nähe / Erreichbarkeit • Öffnungszeiten • Online-Shop |
| Analyse von 14 branchenspezifischen Serviceleistungen | <ul style="list-style-type: none"> • Anhänger- und Transporter-Verleih • Anlieferung • Bestellservice • Einladehilfe / Einpackservice • Fachkataloge • Farbenmisch-Service • Handwerker-Service • Holzzuschnitt • Küchen- und/oder Badplanung • Kundenkarte / Bonuskarten • Mietgeräte / Geräteverleih • Praxis-Kurse / Schulungen / Kundenseminare • Schlüssel-Service • Video-Anleitungen |

Leistungskategorien und Bewertungskriterien

Kundenorientierung

Kundenorientierte Mitarbeiter

- Verfügbarkeit von Mitarbeitern
- Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Kompetenz der Mitarbeiter
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Vollständigkeit der Beratung

Kundenservice

- Serviceleistungen (z.B. Holzzuschnitt, Farbenmisch-Service)
- Umtausch und Rückgabemöglichkeiten
- Schnelligkeit bei Bedienung und Kassen
- Umgang mit Beschwerden / Reklamationen

Kundenkommunikation

- Verbindlichkeit von Aussagen
- Verständlichkeit der Beratung
- Orientierung auf der Homepage
- Informationsgehalt der Werbematerialien
- Glaubwürdigkeit der Werbung

Sortiment und Produkte

- Umfang des Produktangebots
- Qualität der Eigenmarken
- Verfügbarkeit der Produkte
- Ergänzung des Sortiments (Autozubehör, Haushalt etc.)

Attraktivität der Baumärkte

- Übersichtlichkeit / Orientierungshilfen
- Atmosphäre der Filialen
- Räumliche Großzügigkeit
- Sauberkeit und Ordentlichkeit
- Übersichtlichkeit und Sortierung der Produkte

Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Sonderangebote / Aktionen

Auszeichnung Bau- und Heimwerkermärkte

| GESAMT | |
|----------|----------------------|
| sehr gut | toom BauMarkt |
| sehr gut | GLOBUS Baumarkt |
| sehr gut | HORNBACH |
| sehr gut | BAUHAUS |
| gut | OBI |
| gut | KNAUBER |
| | STABILO |
| | hela Profi Zentrum |
| | hagebau |
| | BayWa |
| | Hellweg |
| | BI DISCOUNT-Baumarkt |

| Kundenorientierte Mitarbeiter | |
|-------------------------------|----------------------|
| sehr gut | HORNBACH |
| sehr gut | GLOBUS Baumarkt |
| sehr gut | STABILO |
| sehr gut | toom BauMarkt |
| gut | OBI |
| gut | KNAUBER |
| gut | BayWa |
| gut | BAUHAUS |
| | hela Profi Zentrum |
| | hagebau |
| | Hellweg |
| | BI DISCOUNT-Baumarkt |

| Kundenservice | |
|---------------|----------------------|
| sehr gut | BAUHAUS |
| sehr gut | OBI |
| sehr gut | GLOBUS Baumarkt |
| sehr gut | toom BauMarkt |
| gut | KNAUBER |
| gut | HORNBACH |
| gut | STABILO |
| | hela Profi Zentrum |
| | Hellweg |
| | hagebau |
| | BayWa |
| | BI DISCOUNT-Baumarkt |

| Kundenkommunikation | |
|---------------------|----------------------|
| sehr gut | HORNBACH |
| sehr gut | GLOBUS Baumarkt |
| sehr gut | toom BauMarkt |
| sehr gut | OBI |
| gut | BAUHAUS |
| gut | hagebau |
| gut | KNAUBER |
| | STABILO |
| | BayWa |
| | hela Profi Zentrum |
| | Hellweg |
| | BI DISCOUNT-Baumarkt |

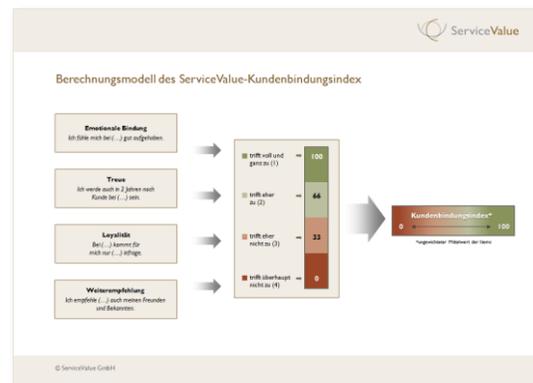
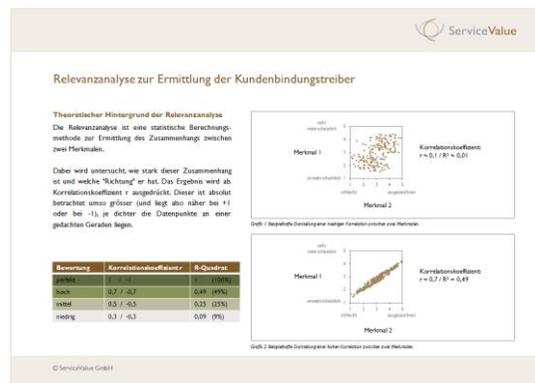
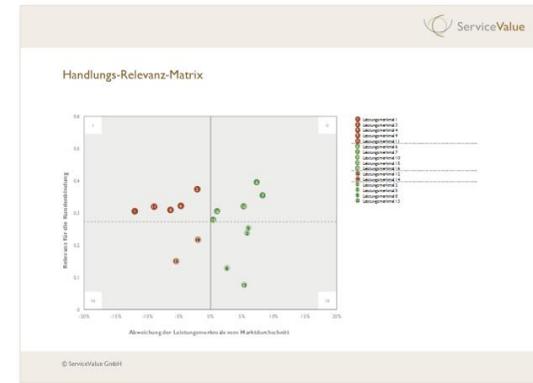
| Sortiment und Produkte | |
|------------------------|----------------------|
| sehr gut | BAUHAUS |
| sehr gut | toom BauMarkt |
| sehr gut | HORNBACH |
| gut | GLOBUS Baumarkt |
| gut | KNAUBER |
| gut | OBI |
| | hagebau |
| | STABILO |
| | BayWa |
| | Hellweg |
| | hela Profi Zentrum |
| | BI DISCOUNT-Baumarkt |

| Attraktivität der Baumärkte | |
|-----------------------------|----------------------|
| sehr gut | toom BauMarkt |
| sehr gut | KNAUBER |
| sehr gut | BAUHAUS |
| gut | OBI |
| gut | HORNBACH |
| gut | GLOBUS Baumarkt |
| gut | Hellweg |
| | hela Profi Zentrum |
| | BayWa |
| | hagebau |
| | STABILO |
| | BI DISCOUNT-Baumarkt |

| Preis-Leistungs-Verhältnis | |
|----------------------------|----------------------|
| sehr gut | BI DISCOUNT-Baumarkt |
| sehr gut | GLOBUS Baumarkt |
| gut | BAUHAUS |
| gut | toom BauMarkt |
| gut | HORNBACH |
| gut | hela Profi Zentrum |
| gut | OBI |
| | STABILO |
| | Hellweg |
| | hagebau |
| | BayWa |
| | KNAUBER |

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

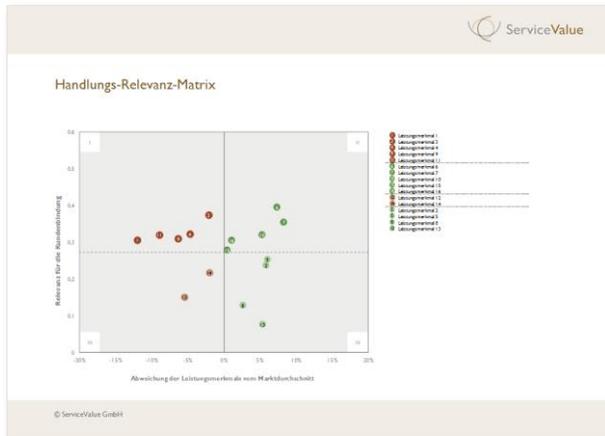
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



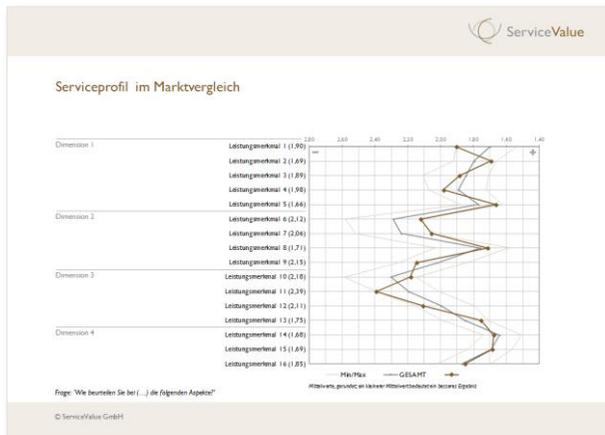
Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Leistungsprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der Studienflyer – ServiceAtlas Bau- und Heimwerkermärkte 2019. Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- ServiceAtlas Bau- und Heimerkermärkte 2019** - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (174 Seiten, PDF) zum Preis von 3.300,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Bau- und Heimwerkermärkte 2019 (174 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.200,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- und Rechnungsadresse)

| | | |
|--|---|----------------------|
| Unternehmen | Name, Vorname | Abteilung / Position |
| E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien) | Telefon | Telefax |
| Adresse (Str. / PLZ / Ort) | | |
| Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse) | Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung) | |
| Ort, Datum | Unterschrift | Stempel |

Impressum / Kontakt

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © PA - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34I
50935 Köln
www.ServiceValue.de