

Ihr Experte für Qualität und
Leistungssteigerung am Point of Sale.

Mystery Shopping | Marktforschung | Marketing Consulting
Trainings | Transfer Tools



Die Brücke zu Ihrem Erfolg.®

Baumärkte/Floristik
Informationen zur Branche,
unseren Leistungen und den Referenzen

1. Unsere Leistungen für Sie

Analyse

- Mystery Shopping
 - Store Checks
 - Checks & Response
 - Testkaufcoaching
 - Aufmerksamkeitstestkäufe
 - Promotionchecks
 - Mystery E-Shopping
 - Wettbewerber Checks/Benchmarking
 - Befragungen zur Kundenzufriedenheit
 - Befragungen zur Mitarbeiterzufriedenheit
- etc.

Umsetzung

- Trainings in den Bereichen Verkauf und Führung
 - Verkaufskoaching am POS
- etc.

Wir entwickeln ausschließlich individuelle Projektdesigns für unsere Kunden.
Auch für Sie. Rufen Sie uns gerne an!

2. Unsere Kunden (Auswahl)

The logo for 'toom' features the word 'toom' in a bold, red, lowercase sans-serif font. To the right of the text is a stylized green and white graphic element resembling a house or a roofline.The logo for 'HELLWEG' consists of the word 'HELLWEG' in a bold, red, uppercase sans-serif font. Below it, the tagline 'Die Profi-Baumärkte' is written in a smaller, black, italicized sans-serif font.The logo for 'MAXBAHR' features the words 'MAXBAHR' in a bold, blue, uppercase sans-serif font, centered within a bright yellow rectangular background.The logo for 'SAINT-GOBAIN' features a stylized grey icon of a classical building facade with five columns above the words 'SAINT-GOBAIN' in a grey, uppercase sans-serif font.

Die MSM Group verfügt über langjährige und internationale Erfahrung und Expertise in der Branche. Profitieren auch Sie von unserem Know-How!

3. Veröffentlichungen

M.S.M. und Hellweg: Qualitätsoffensive mit »Check & Response«

Wie werden Führungskräfte optimal in Marketingstrategien involviert? In Zusammenarbeit mit Hellweg zeigt M.S.M. einen erfolgreichen Weg. Das M.S.M.-Konzept »Check & Response« unterstützt die Hellweg-Baumärkte bei der Implementierung einer Kundenorientierungs-Strategie.

Mitarbeiter als Erfolgsfaktoren

Bei der erfolgreichen Umsetzung eines kundenorientierten Marketings spielt der Faktor »eigene Mitarbeiter« eine entscheidende Rolle. Es reicht nicht aus, eine gute Strategie zu kreieren und anschließend die Mitarbeiter zur Umsetzung aufzufordern. Erfolgreich ist eine solche Strategie nur dann, wenn es der Unternehmensleitung gelingt, die

»Check & Response« bei Hellweg

Hellweg hat den Weg zu einer optimierten Kundenorientierung in der langjährigen Zusammenarbeit mit M.S.M. sehr erfolgreich beschritten und bereits messbare Verbesserungen vollzogen. Ein Meilenstein in der Zusammenarbeit des Jahres 99 war der erfolgreiche Einsatz des M.S.M.-Instruments Check & Response,

speziellen Beratungssituationen in unterschiedlichen Abteilungen. Die gesamten Eindrücke werden direkt im Anschluss durch ein Response-Gespräch zwischen M.S.M. Testkunden und Hellweg Marktleiter erläutert und intensiv besprochen. Durch dieses Gespräch – die »Response« des Testkunden – erhält die Führungskraft tiefere Informationen als durch einen



Der erste Eindruck ist oft entscheidend: M.S.M. Testkunden bewerten das Unternehmen vom Eintreffen auf dem Kundenparkplatz bis zum letzten Mitarbeiterkontakt an der Kasse.

eigenen Mitarbeiter mit ihren individuellen Profilen zu integrieren und sie an der Ausgestaltung der Vorgehensweise zu beteiligen. Daher müssen von Anfang an die Bedürfnisse, Fähigkeiten und Kenntnisse der Mitarbeiter bei der Entwicklung einer maßgeschneiderten Strategie berücksichtigt werden. Denn der Erfolg der Strategie stützt sich auf die Motivation der Mitarbeiter – und die erhöht sich wiederum mit dem Maß an Einbeziehung und Transparenz, den die eingeschlagene Strategie bietet.

dessen Ziel im vorliegenden Fall eine zeitnahe und effiziente Trainingserfolgskontrolle ist.

Wie funktioniert Check & Response

Speziell geschulte M.S.M.-Testkäufer besuchen die Hellweg Baumärkte und untersuchen die Umsetzung der kundenorientierten Strategie im Markt generell (vom Eintreffen auf dem Kundenparkplatz bis zum letzten Mitarbeiterkontakt an der Kasse) und in

Fragebogen, der ihm am Ende einer Untersuchungsreihe zugesendet wird. Außerdem bekommt er die Ergebnisse des Testkundenbesuchs extrem zeitnah vermittelt.

Der Filialleiter hat die Chance, unmittelbar und qualifiziert Verbesserungspotentiale aus Kundensicht zu erfahren und konkreten Handlungsbedarf zu erkennen. Durch das Gespräch kann er oder sie auch die Bewertung durch den Testkunden besser nachvollziehen. Die

MSM Inside
01/2000

Die Brücke zu Ihrem Erfolg.®



3. Veröffentlichungen

im Fragebogen implementierten konkreten Handlungsvorschläge bieten darüber hinaus Unterstützung für die Gespräche und das Coaching der jeweiligen Mitarbeiter.

Am Ende des jeweiligen Check & Response Gespräches unterschreiben Testkunde und Marktleiter den Fragebogen. Das Original schickt der Testkunde zur Auswertung in die M.S.M. Zentrale in Münster, ebenso ein kurzes Gesprächsprotokoll aus der Sicht des Testkunden. Ferner hat der Marktleiter die Möglichkeit, sein Feedback anonym an M.S.M. zu geben.

Meßbare Erfolge

Nach zwei Untersuchungswellen im Frühjahr und Herbst 1999 sieht die Bilanz sehr positiv aus. Die Umsetzungsgeschwindigkeit der Maßnahmen, die auf Grund der Untersuchungen eingeleitet wurden, hat sich signifikant erhöht. In den vergangenen Jahren konnten Erfolge von Maßnahmen nicht bereits in der darauf folgenden Untersuchung gemessen werden, 1999 war dies zum ersten Mal möglich. Die

Feedbacks der Marktleiter und auch zahlreicher Mitarbeiter zeigen, dass wir auch auf der Ebene der Mitarbeitermotivation weitere Fortschritte erzielen konnten und die Zufriedenheit und Akzeptanz der M.S.M. Testkäufe nicht zuletzt durch die erhöhte Transparenz gesteigert wurde.

Volle Integration der Mitarbeiter

Viele Marktleiter haben sich mittlerweile sogar aktiv in die Weiterentwicklung des Untersuchungskonzeptes eingeschaltet, so dass wir diese Eigendynamik für Anpassungen im Jahre 2000 nutzen und auch in diesem Bereich der Zusammenarbeit mit Hellweg auf die volle Integration der Hellweg Mitarbeiter setzen.

Die Schlagworte Kundenorientierung und Servicequalität bleiben in den Hellweg Baumärkten somit keine reinen Lippenbekenntnisse. Fazit: Die konsequente Einbeziehung der Ressource Mitarbeiter ermöglicht für Hellweg eine erfolgreiche Profilierung in dieser stark umkämpften Branche.

Hellweg und M.S.M. – Historie einer Zusammenarbeit

1996:

Die Hellweg-Vertriebsleitung beauftragt M.S.M. zur Durchführung von Testkäufen in allen Filialen. Ziel ist die qualitative Messung der Kundenzufriedenheit zur Optimierung von Mitarbeiter-Leistungen. Mitarbeiter der 3. Ebene sind bereits involviert.

1997:

Gezielte Fortführung der Zusammenarbeit als KVP-Prozess. Die Fragebögen und Auswertungen werden konsequent zusammen mit der 2. und 3. Ebene als Führungsinstrument für das Tagesgeschäft ausgerichtet.

1998:

Durch tiefere und breitere Involvierung der Bezirks- und Marktleiter werden Messungen und Auswertungen optimiert. Sie werden zum Bestandteil der Schulungserfolgskontrolle und zum Führungsinstrument für die 3. Ebene. Die Zusammenarbeit bringt den gewünschten Erfolg: Die hohe Akzeptanz von Seiten der Mitarbeiter führt zur kontinuierliche Optimierung der Filialleitungen.

1999:

Bevor wir 1999 von den in den Jahren 1996-1998 im Nachgang zugesandten Fragebögen auf Check & Response

wechselten, wurden die Marktleiter über das neue Vorgehen schriftlich informiert und Inhalte und Ziele erläutert. Des Weiteren wurden Spielregeln für das Response-Gespräch definiert (z. B. keine Rechtfertigungen oder Punkte-feilschereien). Check & Response brachte eine Nutzen-Optimierung für die Marktleiter durch direkten und unmittelbaren Kontakt mit dem Testkunden nach der Messung. Das neue System dient der größeren Eigenverantwortung der Filialen, der intensiven Kommunikation und der Umsetzung der Messdaten. Der Erfolg: Die gesamte Filialmannschaft wird stärker involviert, erhält ein größeres Verständnis für die Kundensicht und reagiert schneller auf Messergebnisse.

MSM Inside
01/2000

Wir freuen uns auf Sie!

MSM Germany

An der Alten Ziegelei 32
48157 Münster

Fon: +49 (0)2 51 - 14 235 0
Fax: +49 (0)2 51 - 14 235 29
E-Mail: info@msm-group.com

MSM Austria

MSM Eyersperg Ring Nr. 4/2 Top 5
2700 Wiener Neustadt
Österreich

Fon: +43 (0) 2622 - 24 376 - 10
E-Mail: austria@msm-group.com

MSM Switzerland

Seefeldstrasse 69
8008 Zürich

Fon: +41 (0) 43 - 488 37 - 96
E-Mail: switzerland@msm-group.de

MSM Asia

240 Zhang Zi Zhong Road
Heping District
30041 Tianjin

V.R. China Fon: +86 (0) 22 - 2319 3560
E-Mail: zhang.jinying@msm-group.com

Ihre Experten für Qualität und Leistungssteigerung am POS