



IT-Dienstleister glückt Marken-Relaunch: Kundenbindung nach einem Jahr deutlich gestärkt

IT-Dienstleister glückt Marken-Relaunch: Kundenbindung nach einem Jahr deutlich gestärkt

Weinheim, 23. Januar 2014 - Selten fällt das Ergebnis eines Marken-Relaunchs so positiv aus wie in diesem Fall: Dem IT-Dienstleister Freudenberg IT (FIT) ist es gelungen, durch die Umsetzung des neuen Unternehmensleitbildes die Zufriedenheit seiner Kunden innerhalb eines Jahres um 14 Prozentpunkte (in Deutschland) zu steigern und liegt damit genau auf dem Industriebenchmark-Durchschnitt von West-Europa. In Deutschland, Europa, China und USA zusammengenommen konnte die Kundenzufriedenheit um 19 Prozent gesteigert werden. Zudem liegt die Weiterempfehlungsrate der FIT Deutschland ebenfalls über dem Benchmark: 71 Prozent der Befragten würden die FIT definitiv an Geschäftspartner oder Bekannte weiterempfehlen. Um den Erfolg der Neupositionierung zu messen, hat der IT-Dienstleister das Marktforschungsunternehmen TNS Infratest im November 2013 mit einer Kundenbefragung beauftragt. Hierbei wurden FIT-Kunden in Deutschland, Europa, China und den USA befragt, inwiefern sich die strategische Neuausrichtung und das neue Markenimage der FIT auf die Kundenzufriedenheit auswirken. Das Ergebnis stellt der FIT ein hervorragendes Zeugnis aus und bestätigt gleichzeitig den Erfolg des Marken-Relaunchs.

Vor allem bei dem sogenannten TRI*M Index, der den Grad der Kundenbindung misst, hat die Freudenberg IT sich im Gegensatz zur Befragung 2012 erheblich verbessert. Und das nicht nur in Deutschland: Auch in den USA und in China ist es der FIT gelungen, Klienten langfristig zu binden. Vor allem die Kundenbeziehungen, die der global aufgestellte IT-Dienstleister in China aufgebaut hat, zeichnen sich durch eine außergewöhnlich hohe Zufriedenheit aus.

"In die Messung der Kundenbindung fließen mehrere Faktoren ein: Zum Einen die Beurteilung der Produkte und Services und ob Kunden aufgrund ihrer Erfahrungen das Unternehmen weiterempfehlen und sich wieder für die Freudenberg IT entscheiden würden. Zum Anderen haben wir auch abgefragt, ob die Kunden durch die Zusammenarbeit mit der FIT von Wettbewerbsvorteilen profitieren", erklärt Tobias Reiland, Director Technology bei TNS Infratest. "Die Steigerung, die die FIT in all diesen Kategorien erreicht hat, ist mit 30 Prozent in Deutschland außergewöhnlich hoch."

IT auf den Punkt gebracht

Die Easy-to-use-Philosophie einer einfach zu nutzenden IT für Unternehmen der mittelständischen Fertigungsindustrie findet in dem Markenclaim "IT Solutions. Simplified." der FIT Ausdruck, an dem sich auch die neue Corporate Identity orientiert: Corporate Design, Logo, Unternehmenswebseite sowie sämtliche Marketingmaterialien wurden Anfang 2013 einem Relaunch unterzogen. Der hohen Komplexität der IT-Megatrends Cloud Computing, Mobility, Big Data und Industrie 4.0 setzt die FIT seitdem transparente, klar verständliche Botschaften und emotional ansprechende Bildmotive entgegen. Wie zum Beispiel in dem aktuellen Big-Data-Visual: ein Surfer, der mit Leichtigkeit auf der riesigen Datenwelle reitet. Alle Visuals stehen auch in englischer Sprache zur Verfügung.

Auf diese Weise positioniert sich die FIT nach außen in direkter Verbindung zur Dachmarke der Freudenberg Gruppe als innovatives, traditionsbewusstes Unternehmen, das für Kundenorientierung, Verlässlichkeit und Pragmatismus steht. Gleichzeitig hat die FIT nach innen ein neues Selbstverständnis etabliert, um sich strategisch als IT-Partner der mittelständischen Fertigungsindustrie kontinuierlich weiterzuentwickeln. Zentraler Leitwert ist die Fokussierung auf den Kunden, die der IT-Dienstleister mithilfe einer variablen Mitarbeitervergütung als Verhaltenskodex im Geschäftsalltag der Mitarbeiter verankert hat.

"Mit dem Marken-Relaunch verbindet sich für uns immer wieder neu die Aufgabe, die systemimmanente Komplexität von IT-Lösungen für den Anwender so radikal zu vereinfachen, dass er den Mehrwert direkt erkennt und sich zunutze machen kann - das verstehen wir unter IT Solutions. Simplified.", erklärt Manfred Stein, Director Marketing & Corporate Communications bei FIT, den Markenclaim. "Die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsbefragung bestätigen uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind und mit der Neuausrichtung den Nerv unserer Kunden getroffen haben."

4.431 Zeichen inkl. Leerzeichen

Weitere Informationen:

Freudenberg IT
Manfred Stein
Director Marketing & Corporate Communications
Tel.: +49 (0) 62 01 80-8608
Fax: +49 (0) 62 01 88-80 24
E-Mail: manfred.stein@freudenberg-it.com
<http://www.freudenberg-it.de>

Fink & Fuchs Public Relations AG
Susanne Ugarte
Senior Beraterin
Tel.: +49 (0) 611 74 131-921
Fax: +49 (0) 611 74 131-22
E-Mail: susanne.ugarte@ffpr.de

Pressekontakt

Fink & Fuchs Public Relations AG

Frau Susanne Ugarte
Berliner Straße 164
65205 Wiesbaden

ffpr.de
susanne.ugarte@ffpr.de

Firmenkontakt

Freudenberg IT KG

Herr Manfred Stein
Hoehnerweg 2 - 4
69469 Weinheim

freudenberg-it.de
freudenberg-it@ffpr.de

Über Freudenberg IT

Die Freudenberg IT (FIT) ist ein global aufgestellter IT Full-Service Anbieter und seit 30 Jahren ein verlässlicher Partner für den Mittelstand. Das Dienstleistungsspektrum deckt alle Facetten der SAP-Landschaft ab: Es reicht von Outsourcing-Angeboten über Systemoptimierung und Betriebservices bis hin zu Prozess- und SAP-Beratung. Insbesondere für die mittelständische Fertigungs- und Automotive-Industrie treibt die FIT als MES-Spezialist die Integration zwischen der Produktionssteuerung und dem ERP-System voran und gilt als Wegbereiter für die Industrie 4.0. Hinzu kommen Cloud Computing-Lösungen, die die FIT-Kunden nutzen, um ihre IT ohne Investitionsrisiko auszulagern. So kann sich der Nutzer wieder auf seine Kernkompetenzen konzentrieren ohne sich um die IT zu kümmern - getreu der FIT-Unternehmensvision: IT Solutions. Simplified.

Weitere Informationen zu Freudenberg IT im Internet unter
<http://www.freudenberg-it.com>

Anlage: Bild

