

LIFEBRANDS Natural Food GmbH: Internationale Marktpotenzialanalysen mit MindManager aussagekräftiger gestalten



LIFEBRANDS

RESPONSIBLE ENJOYMENT

LIFEBRANDS Natural Food GmbH entwickelt und vertreibt hochwertige, gesunde und nachhaltige Lebensmittel. Als Full-Service Agentur mit Unternehmenssitz in Hamburg kümmert sich das Handelsunternehmen um die ganzheitliche Vermarktung von Produkten – von der Markenidee über die Produktion und das Design bis hin zur Distribution. Circa 25 engagierte Mitarbeiter betreuen die Unternehmensbereiche Heißgetränke, Healthy Snacking und Private Label. Zum Portfolio der LIFEBRANDS GmbH gehören u. a. die Marken Just T, Eat Natural, CLIF Bar und Caffè Milano.

Die Herausforderung

Lennart Gehl ist Teil der Exportabteilung der LIFEBRANDS Natural Food GmbH. Das Export-Team ist für die Entwicklung der Unternehmensbereiche Heißgetränke und Private Label in ausländischen Märkten zuständig. Außerdem ist die Export-Unit maßgeblich dafür verantwortlich, Marktpotenziale und Neukunden zu ermitteln. Einmal jährlich investiert das Team deshalb Zeit in eine Marktanalyse, deren Ergebnisse die Grundlage verschiedener Akquisitions- und Marketingaktivitäten bildet.

„Wir konzentrieren uns bei der Marktanalyse immer auf einen konkreten Bereich, beispielweise den mitteleuropäischen Markt. In diesem Gebiet recherchieren wir dann sehr detailliert sämtliche Informationen über die jeweiligen potenziellen Partner, die für uns von Interesse sein könnten“, sagt Lennart Gehl. Die entsprechenden Informationen und Details wiederum werden nach ihrer Erfassung strukturiert und sukzessiv bearbeitet, damit im Rahmen eines Geschäftsführungsmeetings abgestimmt werden kann, welche Unternehmen potenzielle Neukunden oder Geschäftspartner sind. Problematisch sind bei diesem komplexen, aber unerlässlichen

Vorgang, die Darstellung, Dokumentation sowie die anhaltende Aktualisierung dieser Daten; klassische Office-Programme und -Formate bieten hierfür keine zielführende Lösung.“

Die Lösung

Lennart Gehl kennt aus einer früheren Tätigkeit nicht nur die Mindmapping-Methode und ihre einzigartige Informationsvisualisierung, sondern er ist auch mit der marktführenden Lösung, MindManager, vertraut. Deshalb schlug er die Einführung dieses Tools vor. Gehl: „Die Art und Weise, wie die Lösung komplexe Inhalte abbildet und so für Übersichtlichkeit sorgt, war genau das, was wir brauchten. Wir benötigten eine Lösung, mit der sich nicht nur die Komplexität der einzelnen engverwobenen Märkte transparent darstellen lassen, sondern mit der wir auch Skaleneffekte in Bezug auf die effiziente Umsetzung unserer Analysen erzielen können.“

Die smarte Integration von MindManager in die weitverbreitete Officewelt, aber auch der professionelle und vielseitige Support, den Mindjet bietet, trugen letztendlich zur Entscheidung für das Programm

HERAUSFORDERUNG

Die regelmäßige Durchführung internationaler Marktanalysen ist für das Lebensmittelhandelsunternehmen LIFEBRANDS Natural Food GmbH ein wichtiger Strategiebestandteil. Allerdings sind die bei diesen Recherchen ermittelte Informationsvielfalt- und dichte so groß, dass die Aufbereitung der Marktdaten viel Zeit in Anspruch nimmt. Da aber genau diese Daten die Voraussetzung dafür sind, dass LIFEBRANDS solide Entscheidungen darüber treffen kann, mit welchen potenziellen Unternehmen Gespräche über eine Zusammenarbeit geführt werden sollten, suchten die Verantwortlichen nach Verbesserungsmöglichkeiten.

LÖSUNG

Ziel war es, einen Prozess zu finden, mit dem sich das Filtern und Zusammenstellen der Analyseergebnisse so gestalten lässt, dass einerseits sämtliche Details erhalten bleiben, andererseits aber die wesentlichen Informationen nach einem festen und vor allem vergleichbaren Standard komprimiert werden. Da MindManager mit seiner Informationsvisualisierung nicht nur die passende Plattform für die gewünschte Darstellungswiese, sondern auch bei Bedarf die nötige Flexibilität bietet, entschied man sich für diese Lösung.

ERGEBNIS

Mittlerweile hat sich LIFEBRANDS Natural Food GmbH eine Map zur Marktanalyse erarbeitet, die heute die Grundlage für die Neukundenpotenzial-Ermittlung bildet. Anhand dieser Map, die auf der linken Seite sämtliche Informationen über die Unternehmen und auf der rechten Seite eine strukturierte Zusammenfassung der Unternehmensinformationen enthält, entwickelt das Unternehmen heute seine Expansionspläne. Dank der Visualisierung spart LIFEBRANDS Natural Food GmbH Zeit, Geld und Manpower und sorgt zudem für eine nachhaltige Dokumentation seiner Unternehmensstrategie.

„MindManager beschleunigt die Prozesse der Marktanalyse und der Ermittlung von Neukundenpotenzial.“

Lennart Gehl, Team Leader – Export Division, LIFEBRANDS Natural Food GmbH

bei. „Schon die Webinar-Aufzeichnungen waren für LIFEBRANDS sehr hilfreich, aber auch die Schulungen, in denen wir konkret unsere Anforderungen formulieren konnten, haben uns überzeugt. Das alles hat uns bei der Konzeption unserer Marktanalyse- und Neukundenpotenzial-Map sehr geholfen“, ergänzt der Teamleiter.

Das Ergebnis

Heute nutzt das Export-Team die Plattform in erster Linie für die Marktanalyse: Sie erfassen alle relevanten Informationen auf der linken Seite der Map, stellen Beziehungen untereinander her, integrieren Links und Anhänge. Dann überführen sie in einem zweiten Schritt nach einem mittlerweile festgelegten Standard ein entsprechendes „Informationskondensat“ auf die rechte Seite der Map. Aufgrund der komprimierten und vergleichbaren Daten ist der Entscheidungsprozess mit MindManager valider und schneller geworden. „Wir benötigen für zehn Unternehmen jetzt nur noch etwa 30 Minuten, um mit der Geschäftsleitung zu entscheiden, ob wir diesen ein Angebot unterbreiten und wenn ja, welches“, sagt Gehl. Die Übersichtlichkeit und damit einhergehende geschaffene

Vergleichbarkeit sind das A und O, denn damit bei einem solchen Prozess am Ende überhaupt noch eine ansehnliche Zahl potenzieller Unternehmen übrig bleibt, müssen im Vorfeld große Datenmengen eingepflegt werden. Diese Informationen bleiben LIFEBRANDS auch nach einer solchen Analyse erhalten und können ggf. auch anderweitig genutzt werden.

Außerdem nutzt Gehl die Map auch als Steuerungstool, indem er die Aufgaben, die sich aus seiner Marktanalyse ergeben, durch Synchronisation in andere Programme überträgt. Nicht zuletzt deshalb hält der Teamleiter die Anbindung an Outlook für sehr wichtig; so kann er wichtige Termine und Aufgaben zuordnen und sich diese direkt im Kalender anzeigen lassen. Gehl: „Durch diese Vorgehensweise profitieren wir nicht nur, was die Übersichtlichkeit angeht, sondern wir lernen auch ständig dazu, sehen sofort die Fortschritte einzelner Projekte und verbessern so permanent unsere Performance.“ Sicherlich sind diese positiven Effekte nicht zuletzt der Grund dafür, weshalb MindManager bei LIFEBRANDS zunehmend auch für andere Aufgaben, Projekte und zur Dokumentation verwendet wird.

