

Faktoren	Leitfragen
Bisherige Erfahrungen mit Kundenwertermittlung	<ul style="list-style-type: none"> • Wird ein Kundenwert in Ihrem Unternehmen bereits standardmäßig ermittelt? • Welches Verfahren wird dabei angewendet? (Wenn Sie in Ihrem Unternehmen noch keinerlei Erfahrung in der Kundenwertermittlung und mit entsprechenden Verfahren haben, sollten Sie komplexe Verfahren wie CLV nicht im ersten Schritt anstreben.)
Zielsetzung der Kundenwertermittlung und Anwendung des Kundenwerts	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Ziele verfolgen Sie mit dem Kundenwert? • Welche Elemente benötigen Sie dafür in der Kundenwertberechnung? • Erfüllt das gewählte Verfahren Ihre Zielsetzung? Ist dies dafür geeignet und empfohlen? • Geht es um einen allgemeinen Überblick über das Kundenportfolio? Wollen Sie Investitionsvorhaben (wie z. B. die Allokation von Marketingkosten) beurteilen? Geht es um die Steigerung von Effizienz von Maßnahmen?
Verfügbarkeit der benötigten Daten	<ul style="list-style-type: none"> • Sind sämtliche von Ihnen ausgewählte und für das Verfahren benötigte Daten kundenindividuell vorhanden und eindeutig zuordenbar? • Sind die Informationen auch in historischer Form verfügbar oder nur aktuell abzurufen? • Wie hoch ist der Aufwand, die Daten regelmäßig auszuwerten und zu verdichten?
Qualität der benötigten Daten und Korrektheit der Zuordnung auf einzelne Kunden(-gruppen)	<ul style="list-style-type: none"> • Können Sie sich darauf verlassen, dass die Daten korrekt erfasst wurden? (Prüfen Sie dies ggf. durch Stichproben nach.) • Erfolgt die Kostenzuordnung verursachungsgerecht und kundenindividuell oder beruht die Zuordnung der Kosten auf Kunden/Kundengruppen lediglich auf Schlüsselungen? • Wie aktuell sind die Informationen verfügbar?
Verfügbarkeit der finanziellen und personellen Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Stehen Ihnen die finanziellen Mittel für Implementierung und regelmäßige Erhebung des Kundenwerts sowie Pflege des Modells zur Verfügung? • Gibt es in Ihrem Unternehmen ausreichend Know-how für das gewählte Verfahren? (Beachten Sie dabei: Je komplexer das Verfahren, desto höher die Anforderungen an die benötigten Ressourcen.)
Kosten-Nutzen-Gegenüberstellung der unterschiedlichen Verfahren	<ul style="list-style-type: none"> • Rechtfertigt der Nutzen in Form von Erkenntnisgewinn den notwendigen Aufwand? • Wie sehr werden Ressourcen durch eine regelmäßige Ermittlung des Kundenwerts in Anspruch genommen?

Forstsetzung

**Benchmarks sowie
allgemeine Vor- und
Nachteile**

- Welche Verfahren und Modelle haben Ihre Wettbewerber im Einsatz?
- Welche Verfahren nutzen Branchen mit ähnlichen Geschäftsmodellen bei der gleichen Zielsetzung?
- Was spricht für bzw. gegen die Umsetzung der unterschiedlichen Verfahren?

**Interpretierbarkeit
und Nutzung**

- Können alle beteiligten Mitarbeiter den Kundenwert verstehen und interpretieren?
 - Können Veränderungen des Kundenwerts so analysiert werden, dass der/die Treiber identifiziert werden kann/können?
-

Abbildung 5.11: Faktoren und Leitfragen zur Auswahl des geeigneten Kundenwertverfahrens