

FROST & SULLIVAN

BEST PRACTICES RECOGNITION

WELTWEITER MARKET LEADERSHIP AWARD
2017 FÜR MAGNETISCH-INDUKTIVE
DURCHFLUSSMESSGERÄTE

Endress+Hauser



People for Process Automation

WER IST FROST & SULLIVAN?

Frost & Sullivan ist ein führendes Marktforschungs- und Beratungsunternehmen, das seit 57 Jahren die Entwicklung vieler Branchen, wie der Automobilindustrie, des Gesundheitswesens, der Informations- und Kommunikationstechnologie und anderer mehr, aktiv verfolgt. Das Unternehmen mit Sitz in Santa Clara, Kalifornien, beschäftigt 1800 Analysten und besitzt Niederlassungen in über 40 Ländern.

WAS SIND DIE BEST PRACTICES AWARDS?

Mit den Best Practices Awards würdigt Frost & Sullivan seit 18 Jahren außergewöhnliche Leistungen in vielen Branchen und Funktionen. Frost & Sullivan führt „Best Practice“-Untersuchungen durch, um Unternehmen, Produkte, Prozesse und leitende Führungskräfte zu finden, die sich durch herausragende Innovationen und Führungskompetenzen auszeichnen.

Der Market Leadership Award von Frost & Sullivan liefert Unternehmen eine überzeugende und unabhängige Bestätigung ihrer Wachstumsstrategie und deren Umsetzung. Die Verleihung des Best Practices Award an Endress+Hauser stellt für die Mitarbeitenden, Investoren und Kunden des Unternehmens, sowie für die gesamte Öffentlichkeit, einen starken Beweis für die überlegenen Lösungen des Unternehmens dar, die Endress+Hauser wachsende Marktanteile bei magnetisch-induktiven Durchflussmessgeräten beschert haben.

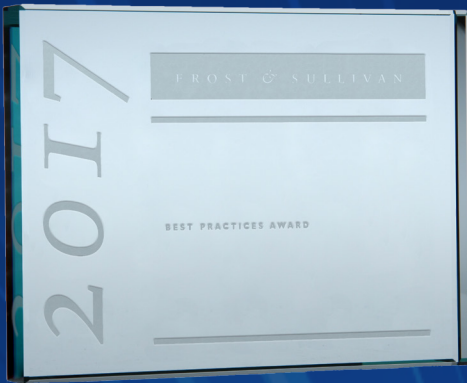
WESHALB ENDRESS+HAUSER?

Endress+Hauser ist bekannt für die Qualität seiner magnetisch-induktiven Durchflussmessgeräte. Das Unternehmen verfolgt eine Strategie der kontinuierlichen Innovation, gestützt auf große Investitionen in Forschung und Entwicklung mit dem Ziel, das Produktportfolio stetig zu erweitern und vielfältige, bis anhin unerfüllte Kundenbedürfnisse zu befriedigen. Bei der Entwicklung seiner magnetisch-induktiven Durchflussmessgeräte setzt Endress+Hauser auf modernste Technologien wie die Heartbeat Technology und WLAN-Access-Points, die gemeinsam mit entsprechenden Kommunikationsprotokollen wie EtherNet/IP und PROFINET smarte Unternehmensentscheidungen ermöglichen. Die magnetisch-induktiven Durchflussmessgeräte des Unternehmens garantieren eine unerreichte Wiederholbarkeit bei kürzesten Abfüllzeiten sowie höchste Präzision bei der Messung des Volumendurchflusses – all dies ohne Druckverlust oder Beeinträchtigung von Produktionsprozessen.

Dank seiner starken Gesamt-Performance konnte sich Endress+Hauser auf dem weltweiten Markt für magnetisch-induktive Durchflussmessgeräte mit einem Marktanteil von rund 18% eine Führungsposition sichern – und damit auch den Market Leadership Award 2017 von Frost & Sullivan.



ANALYSE DES BEST PRACTICES AWARD FÜR ENDRESS+HAUSER



WAS BEDEUTET MARKTFÜHRERSCHAFT?

Der Market Leadership Award würdigt Unternehmen, deren loyale Kunden zu Fürsprechern der Marke geworden sind und dem Unternehmen zu Wachstum und schließlich zu einer marktführenden Position verholfen haben. Indem sie den Kunden in jedem Stadium des Kaufzyklus im Blick behalten und die Kundenbeziehung konsequent pflegen, steigern diese Unternehmen kontinuierlich ihren Marktanteil.

WICHTIGE BENCHMARKING-KRITERIEN

Bei der Bewertung für den Market Leadership Award beobachten die Analysten von Frost & Sullivan, ob eine Organisation in jedem Stadium des Kaufzyklus kundenorientiert arbeitet und durch ständige Pflege der Kundenbeziehungen kontinuierlich Marktanteile hinzugewinnt.

Ausgewertete Kriterien

- Kriterium 1: Güte der Wachstumsstrategie
- Kriterium 2: Güte der Umsetzung
- Kriterium 3: Markenstärke
- Kriterium 4: Produktqualität
- Kriterium 5: Produktdifferenzierung
- Kriterium 6: Einsatz von Technologie
- Kriterium 7: Preis-/Leistungsverhältnis
- Kriterium 8: Kundenerlebnis beim Einkauf
- Kriterium 9: Kundenerlebnis beim Besitz
- Kriterium 10: Kundenerlebnis beim Service

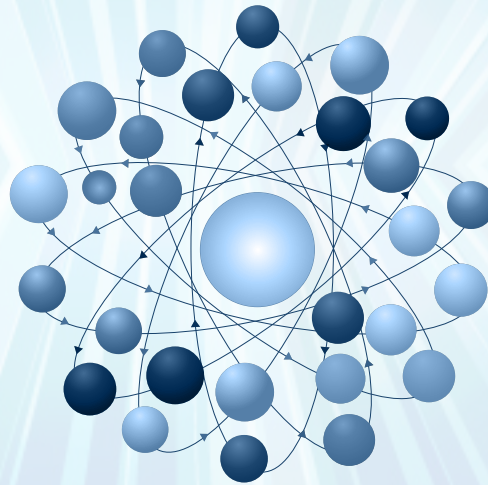
BEDEUTUNG DER AUSZEICHNUNG

Um sich für den Market Leadership Award von Frost & Sullivan zu qualifizieren, muss eine Organisation anstreben, in drei entscheidenden Bereichen "Best-in-Class" zu sein: Verstehen der Nachfrage, Markenpflege und Alleinstellung im Wettbewerb.

Letztendlich hängt das Wachstum jeder Organisation davon ab, ob die Kunden deren Produkte kaufen und später auch zurückkommen. Loyale Kunden werden zu Fürsprechern der Marke und sorgen damit für neue Kunden. Das Unternehmen wächst und wird schließlich Marktführer.



DER 360-GRAD-UNTERSUCHUNGSANSATZ



Der 360-Grad-Untersuchungsansatz von Frost & Sullivan steht für die analytische Gründlichkeit unseres Forschungsansatzes. Dieser Ansatz integriert alle sieben Untersuchungsmethodiken von Frost & Sullivan und bietet somit einen Rundumblick auf die Herausforderungen, Trends und Probleme der Branche. Allzu oft treffen Unternehmen wichtige Wachstumsentscheidungen aufgrund eines eingeschränkten Verständnisses für ihr Umfeld. Das Ergebnis sind Fehler durch Versäumnisse oder falsches Handeln.

Erfolgreiche Wachstumsstrategien basieren auf einem gründlichen

Verständnis des Marktes, der technischen, ökonomischen und finanziellen Möglichkeiten, der Kunden, bester Praktiken und demografischer Analysen. Durch die Integration all dieser Forschungsdisziplinen in unsere 360-Grad-Untersuchungsmethodik schaffen wir eine Bewertungsplattform für ein Benchmarking der Marktteilnehmer, mit dem wir Best-in-Class-Unternehmen erkennen.

NOCH FRAGEN?

Sara Fisk
Marketing Communications Manager
sara.fisk@us.endress.com
+1 31-445-1517
www.us.endress.com

