



Center for
Near Field Communication Management

C|NM Beratung

Center for
Near Field Communication Management

C|NM Institut

Center for
Near Field Communication Management

C|NM Netzwerk

Center for
Near Field Communication Management

www.cnm-hannover.com

))) Die Berater (((

Das CNM mit Sitz in Hannover ist eine unabhängige Management- und Technologieberatung. Unseren Kunden bieten wir mit individuell definierten Servicepaketen vielfältige Möglichkeiten, von unserem breiten NFC Know-how zu profitieren. Unser Beratungsangebot zeichnet sich durch ein einzigartiges Wissen über die funktionalen und strategischen Erfolgsfaktoren von NFC-Applikationen aus. Zudem verbinden wir eine vielschichtige, langjährige Branchenkompetenz mit einer umfangreichen betriebswirtschaftlichen und technologischen Expertise.

))) Das Institut (((

Mit Blick auf die aktuellen Herausforderungen im Mobilfunkmarkt sowie realwirtschaftliche unternehmerische Interessen richten wir unsere Forschung am CNM darauf aus, existierende mobile Dienstleistungen und Inhalte mit neuen Zugangstechnologien wie NFC zu verknüpfen. Gemeinsam mit Ihnen konzipieren und realisieren wir dann im Bereich Marketing-Management zielgruppenspezifische Lösungen, die einer zukunftsweisenden Positionierung im Wettbewerb strategisch wie operativ gerecht werden.

))) Das Netzwerk (((

Als zentrale Anlaufstelle eines interdisziplinären Netzwerkansatzes ist das CNM das bundesweit größte NFC-Netzwerk mit Kontakten zu über 500 national wie international agierenden Unternehmen, Verbänden und Institutionen. Seit 2005 liefern wir Ihnen einen detaillierten Einblick in die Funktionszusammenhänge des NFC-Ökosystems. Unseren Mitgliedern bieten wir die Chance, mit anderen NFC-Interessierten in Kontakt zu treten und unterstützen sie bei der Suche nach Ansprechpartnern in Wissenschaft und Praxis zur Realisierung eigener NFC-Projekte.

Unser Beratungsansatz

In Zusammenarbeit mit Unternehmen verschiedener Branchen erreichen wir folgende Zielsetzungen:

- Bündelung neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse und branchenspezifischem Know-how im Bereich NFC-Ökosystem.
- Identifikation innovativer Lösungsansätze für gegenwärtige und künftige Managementherausforderungen und Begleitung der entsprechenden Umsetzung einzelner NFC-Lösungen.
- Ermittlung relevanter NFC-Erfolgsfaktoren als Stellschrauben einer effizienten Erreichung der Unternehmensziele.

Unsere Leistungen für Kunden und Projektpartner:

- Zugang zu aktuellem Fachwissen und Experten rund um das Thema NFC.
- Zugang zum bundesweit größten NFC-Netzwerk mit über 500 Unternehmen.
- Unterstützung bei der Entwicklung von Teilprojekten und NFC-Produkten.
- Vertriebsunterstützung und B2B-Kommunikation Ihrer NFC-Inhalte.
- Erfassung relevanter Prozessengpässe in Ihrem Unternehmen.
- Bewertung des tatsächlichen Nutzenpotenzials ausgewählter NFC-Lösungen.
- Entwicklung und fortwährende Evaluation skalierter NFC-Anwendungen.
- Analyse und Steuerung des Hauptproblems „Management von Akzeptanz“.
- Durchführung von Workshops entlang verschiedener NFC-Themen.
- Originäre Forschungsarbeiten zu NFC und angrenzenden Funktionsbereichen.
- Umfangreiches Prozess-Controlling und Reporting zum Projektende.

Kernkompetenzen

Unsere Tätigkeitsschwerpunkte im Bereich Business Development, Managementberatung und Marktforschung:

- **Durchführung empirischer Studien**
zur differenzierten Analyse des Kunden-, Marktpartner- und Wettbewerberverhaltens.
- **Beobachtung der Marktbedingungen**
und des Verhaltens von Institutionen aus dem regulativen Umfeld (Verbraucherverbände, Behörden etc.) sowie generell der Entwicklung im allgemeinen NFC-Umfeld.
- **Aufarbeitung von vorhandenem Wissen**
zu einem bestimmten Mobile Commerce Themenfeld für die unternehmerische Praxis (etwa Bewertung von Innovationen unter Marketing- und Marktaspekten).
- **Organisation von branchennahen Veranstaltungen**
zum Beispiel zur Ansprache potentieller Partner, Kunden oder sonstigen Stakeholdern der jeweiligen Unternehmen mittels Nutzung des bestehenden CNM-Netzwerkes.
- **Erarbeitung konkreter Gestaltungsvorschläge**
zur Planung und Umsetzung von Marketingstrategien und Vertriebsmaßnahmen.
- **Konkrete Mitarbeit im Umsetzungsprozess**
zum Beispiel Beteiligung an Prozessen des Beziehungsmanagements zu Kunden oder anderen Anspruchsgruppen.
- **Controlling der Implementierung**
von Strategie- und Maßnahmenprogrammen (systematische Beobachtung auf der Basis relevanter Kennzahlensysteme, Identifikation von Anpassungsbedarfen etc.).

Ansatzpunkte für Kooperationsprojekte

- **Analyse (Diagnose und Prognose) künftiger Herausforderungen**

Ein besonderer Stellenwert wird vor allem der Durchführung konkreter Marktstudien, Erstellung aussagekräftiger Zukunftsszenarien bis hin zur Ausarbeitung relevanter Entwicklungsprognosen, Prüfung neuer Wettbewerbsstrukturen, Tendenzen im Kundenverhalten etc. zuteil.

- **Entwicklung relevanter Unternehmensstrategien**

Analysekonzepte und Gestaltungsansätze auf Basis einer systematischen Marktforschung.

- **Defining the Business**

Welche Geschäftsfelder sollten künftig wie angegangen werden: Bearbeitung der angestammten Geschäftsfelder und Diversifikation in neue attraktive Geschäftsfelder.

- **Positionierung, Segmentierung und Markierung**

Etablierte wie neueste Management-Tools als Kerndreieck der Marketingstrategie.

- **Besetzung zentraler Zukunftsthemen**

Identifikation von Innovationsstrategien (z.B. Erarbeitung umfassender zukunftsweisender Konzepte).

- **Aufbau eines Systems der strategischen Planung und des Controlling**

Erarbeitung einer tragfähigen Planungs- und Controlling-Konzeption für das Unternehmen: Welche Aufgaben sollten wie angegangen werden? Welche Instrumente bieten sich an? Entwicklung eines geeigneten Kennzahlensystems zur strategischen Steuerung des Unternehmens.

- **Erarbeitung relevanter Managementprozesse und Unternehmensstrategien:**

- Welche Aufgaben fallen bei der Planung und Umsetzung einzelner Strategieoptionen jeweils an?
- Wie lassen sich erforderliche Strategieentwicklungs- und -umsetzungsprozesse effizient organisieren?
- Welche Planungs-Tools sind wie einzusetzen?
- Welche strategischen und operativen Gestaltungsansätze sind zweckmäßig?

- **Mögliche Schwerpunkte im Blick auf relevante Unternehmensstrategien:**

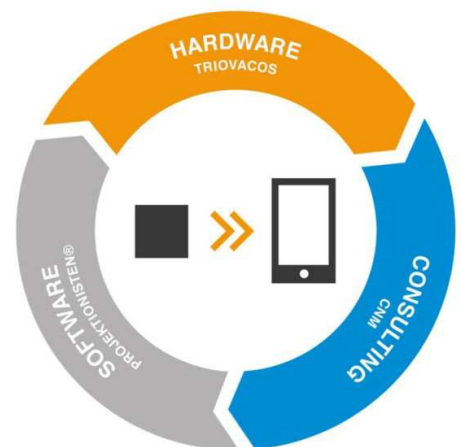
- Zielkundenmanagement (Zielkundenbestimmung, -gewinnung oder gegebenenfalls Kundenrückgewinnung, -bindung und -entwicklung).
- Netzwerkmanagement (Gewinnung erfolgskritischer strategischer Partner auf dem deutschen Markt, Partnergewinnung, -entwicklung und -pflege).
- Markenmanagement (Markenentwicklung, Management des Marken-Portfolios, Management einzelner Marken im Sinne moderner Markenführung).
- Reputationsmanagement (ganzheitlicher Ansatz zum Aufbau einer tragfähigen Unternehmensreputation und zur konsequenten Nutzung von Imagevorteilen im Marketing).

Hard- und Softwareentwicklung

Seit mittlerweile 10 Jahren begleiten wir Unternehmen bei der Umsetzung von NFC-Anwendungen. Unser eigenes Produkt- und Dienstleistungsportfolio hat sich dabei kontinuierlich weiterentwickelt. Ebenso sind über die Jahre wertvolle Kooperationen mit Projektpartnern entstanden, die uns am CNM helfen, auch komplexe Aufgabenstellungen schnell und umfassend zu bedienen. In folgenden drei Angebotsschwerpunkten bieten wir unseren Auftraggebern individuelle Unterstützung an:

- **Software:** Sie möchten Ihren Kunden eine mobile Lösung bereitstellen und benötigen hierfür die passende NFC-App? Zusammen mit Ihren Fachabteilungen konzipieren wir eine intelligente App-Umgebung, die sich sukzessive mit skalierbaren Funktionen und hoher Usability den wachsenden Ansprüchen Ihrer Kundschaft anpasst.
- **Hardware:** Ihre Servicetechniker übertragen noch immer manuell Maschinenparameter auf die Firmenserver und auch Ihre Geschäftspartner wünschen sich schon lange eine integrierte Lösung? Wir entwickeln für Sie leistungsfähige NFC-Konverter/Module und begleiten Sie vom Blueprint über das Prototyping bis hin zur Serienfertigung.
- **Consulting:** Sie sind bereits mit einem NFC-Produkt im Markt vertreten und suchen nun Möglichkeiten, weitere Anwendergruppen zu erschließen? Mit unserem Wissen im Bereich Marktforschung, Business Development und Projektmanagement helfen wir Ihnen dabei, neue Kunden in B2B- wie B2C-Märkten für Ihr Angebot zu begeistern.

Gemeinsam mit unseren Projektpartnern verfügen wir über eine einzigartige Expertise bei Proximity-Technologie wie NFC, RFID und Bluetooth Low Energy (BLE). Damit machen wir auch Ihr Unternehmen fit für strategische Zukunftsthemen wie Industrie 4.0, Enterprise Mobility und das Internet der Dinge.



Personen

Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann ist wissenschaftlicher Leiter des CNM und verfügt über 35 Jahre Erfahrung als Unternehmensberater. Er ist seit 1994 Professor und Direktor des Instituts für Marketing und Management der Leibniz Universität Hannover sowie Mitglied diverser nationaler und internationaler Gremien und Institutionen. Seine Lehr-, Forschungs- und Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Strategisches Marketing, Innovations- und Technologie-Marketing sowie Reputationsmanagement.



Dr. Marc-Oliver Reeh ist Geschäftsführer des CNM und Experte auf dem Gebiet NFC. Seit 2005 ist er als Mitarbeiter und Projektleiter in einer Vielzahl von Praxisprojekten engagiert und seit 2010 mit der geschäftlichen Leitung beauftragt. Seine Beratungstätigkeit bezieht sich auf verschiedene Branchen und vielfältige Teilbereiche des NFC-Ökosystems, flankiert durch ein breites Mobile Marketing Wissen. Als Netzwerkkoordinator und Ansprechpartner für Presseinterviews steht er Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.



Dr. Nadine Hennigs ist Expertin im Bereich qualitativer und quantitativer Marktforschung. Neben einem umfangreichen Methodenwissen verfügt Sie über Managementenerfahrung aus Beratungsprojekten in diversen Branchenkontexten. Dies zeigt sich auch in ihren zahlreichen Publikationen und internationalen Auszeichnungen. Zu Ihren Kernforschungsgebieten zählen Technologieakzeptanz und Diffusion von Innovationen, Internationales Konsumentenverhalten sowie Netzwerkforschung.



Kontakt

Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann

Phone: +49 511 762 4862
Büro: Frau A. Loos
E-Mail: wiedmann@cnm-hannover.de

Dr. Marc-Oliver Reeh

Phone: +49 511 1641 589
Mobile: +49 176 6414 8329
E-Mail: reeh@cnm-hannover.de

Dr. Nadine Hennigs

Phone: +49 511 762 4984
Fax: +49 511 762 3142
E-Mail: hennigs@cnm-hannover.de

Besucheranschrift

Center for NFC Management
Königsworther Platz 1
30167 Hannover

CNM Support-Team

www.cnm-hannover.de
info@cnm-hannover.de
+49 176 5192 1110



**WE MOBILIZE
YOUR FUTURE**