

## **BHB-Kundenservicepreis Bewertungskriterien in den Kategorien**

### **I Allgemeine Zulassungskriterien:**

1. Bewerbungen von Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen sind gleichermaßen erwünscht.
2. Der Gegenstand des Wettbewerbsbeitrages darf nicht im Widerspruch zum Branchenverständnis und dem Verbandszweck des BHB stehen.
3. Der Gegenstand des Wettbewerbsbeitrages muss seine Hauptanwendung in den Vertriebslinien „stationärer Baumarkt- und Gartencenterhandel“ haben. Rein Digitale Entwicklungen sind dann als Wettbewerbsbeitrag zugelassen, wenn sie die Prozesse am POS unterstützen.
4. Die Produkt-Innovation, das Marketingkonzept und die Lösung am POS dürfen jeweils erst seit Max. einem Jahr auf dem Markt bzw. in Anwendung sein.

### **II Bewertungskriterien der jeweiligen Kategorien**

#### **Kategorie 1: Produktinnovation**

- a. Wie hoch ist der praktische Nutzwert der Innovation?
- b. Wie elementar ist das Bedürfnis, das erkannt und mit der Innovation erfüllt wurde.
- c. Welches Entwicklungs-Know How steckt in der Innovation?
- d. Welche Absatz-Chancen hat die Innovation? Ist die Innovation mit Blick auf die Produktkategorie vermarktungsfähig?
- e. Wird die Innovation als solche vom Kunden erkannt?
- f. Wie ist Gesamteindruck der Bewerbungsunterlagen (inkl. (Einhaltung der Präsentationszeit, nach Schwerpunkten gewichtete Präsentation) und ggf. der Präsentation?

#### **Kategorie 2: Prozessinnovation**

- a. Wie hoch ist der praktische Nutzwert der Innovation?
- b. Wie elementar ist das Bedürfnis, das erkannt und mit der Innovation erfüllt wurde.
- c. Welches Entwicklungs-Know How steckt in der Prozessinnovation?
- d. Welche Chancen der flächendeckenden Anwendung hat die Prozessinnovation? Ist die Innovation mit Blick auf die Kategorie vermarktungsfähig?

- e. Wird die Innovation als solche vom Kunden / Partner erkannt?
- f. Wie ist Gesamteindruck der Bewerbungsunterlagen und ggf. der Präsentation?

### **Kategorie 3: Marketingkonzept**

- a. Wie grenzt sich das Marketingkonzept im Vergleich zu anderen Marketingkonzepten der Branche ab? Welche Besonderheiten hat das Marketingkonzept?
- b. Welche Kreativleistung steht hinter der Grundidee und der Umsetzung des Marketingkonzepts
- c. Wurden die Bedürfnisse der Zielgruppe erkannt? Wurde die Zielgruppe entsprechend adressiert und die gesetzten Ziele realisiert?
- d. Wie wird das Konzept im Marketing-Mix genutzt? Welche Marketing Disziplinen sind in der Umsetzung involviert?
- e. Wie ist der Gesamteindruck der Bewerbungsunterlagen und ggf. der Präsentation?

### **Kategorie 4: Kommunikation am PoS**

- a. Wie Lösungsorientiert ist die Kommunikationsmaßnahme?
- b. Welches Kundenbedürfnis wurde identifiziert, welchen „Erwartungsdruck bzw. welche Notwendigkeit nach einer Lösung“ hat dieses Bedürfnis?
- c. Wie wurde dieses Bedürfnis erfüllt?
- d. Welche Effekte hat die Kommunikationslösung auf das Einkaufsverhalten der Kunden?
- e. Wie ist der Gesamteindruck der Bewerbungsunterlagen und ggf. der Präsentation?

### **Sonderkategorien**

In dieser Kategorie erfolgen keine Nominierungen. Es gibt keine festen Bewertungskriterien. Wettbewerbsbeiträge, die sich nicht unter die Kategorien 1, 2 oder 3 fassen lassen und die die Jury nach individueller Bewertung als preiswürdig einstuft, können mit einem Sonderpreis ausgezeichnet werden.

Die Anregung, einen Wettbewerbsbeitrag mit einem Award in einer Sonderkategorie auszuzeichnen, ist mit Begründung statthaft.