

# Projektstudie

bei

## HOFMANN<sup>S</sup>

Übersicht	
Ausschreibendes Unternehmen	Hofmann Menü-Manufaktur GmbH
Thema der Projektstudie	Erstellung einer Produktstrategie mit dem CEO: Entwicklung eines B2C Plattform Konzepts
Betreuende Professur	Professur für Strategic Management, TUM-Campus Heilbronn
Kontaktperson	Prof. Dr. rer. pol. Chengguang Li (chengguang.li@tum.de)
Passende Studienprogramme	Bachelor in Management & Technology (BMT) Master in Management (MIM)
Arbeitszeitraum	Wintersemester 2022/2023
Sprache	Deutsch
Teamgröße	2 bis 4 Studierende
Ausschreibungsdatum	13.11.2022

### Über HOFMANNs

HOFMANNs ist ein expansives und sehr erfolgreiches Unternehmen der Lebensmittelbranche mit ca. 1.200 Mitarbeitern. Es beliefert Unternehmen, öffentliche und soziale Institutionen sowie Mahlzeitendienste. Mit traditionellen, handwerklichen Fertigungsmethoden und hohem Qualitätsanspruch produziert das Unternehmen in vier Produktionsstätten und vertreibt ausgewählte Menüs seit mehr als 60 Jahren bundesweit, in Österreich und der Schweiz direkt und mit eigener Logistik.

### Was HOFMANNs bietet

Kern des Unternehmens ist seine Kultur! HOFMANNs sucht nicht nur fachliche Kompetenz, sondern vor allem auch einen persönlichen FIT. Das Unternehmen erwartet hohe Einsatzbereitschaft und Eigeninitiative gepaart mit Gewissenhaftigkeit und professionellem Auftreten. Dafür erwarten dich eine steile Lernkurve, spannende Netzwerke und ein starkes Team mit einer langfristigen Vision. Das Unternehmen möchte gemeinsam auf strategisch relevante Fragestellungen Antworten finden und davon ausgehend in der Zukunft neue Wege beschreiten.

## **Thema der Projektstudie: Entwicklung eines B2C Plattform Konzeptes**

Der CEO von HOFMANNs ist an die TUM mit folgender Problemstellung herangetreten: HOFMANNs agiert über mehrere Touchpoints mit seinen Kunden in verschiedenen Kundensegmenten (Betriebsverpflegung, Sozialverpflegung, Health Care). Die Interaktion mit Kunden ist vielfältig und umfasst Phasen der Geschäftsanbahnung, Vertragsabschluss, Onboarding, Bestell-Management und Customer Service bis hin zu Logistik/Auslieferung und findet sowohl digital/telefonisch als auch persönlich statt. HOFMANNs sieht dabei in den unterschiedlichen Interaktionsprozessen mit Kunden noch Optimierungspotential.

Im Rahmen dieser Projektstudie soll HOFFMANNs bei der Schaffung einer optimalen Customer Experience für seine Kunden unterstützt werden. Dabei sollen im Rahmen der Projektstudie die folgenden Fragen beantwortet werden:

- Welche Optimierungsbereiche gibt es im Bereich Customer Experience?
- Welche Anforderungen haben Kunden an eine reibungslose Customer Experience über alle Touchpoints (z.B. Akquise, Serviceangebot, Sales Journey, Onboarding, Logistik Tracking, Support...)?
- Welche Touchpoints müssen neugestaltet oder überdacht werden? Welche können digital abgebildet werden oder wo kann Digitalisierung einen Kundenmehrwert liefern?

Die Projektstudie kann sofort begonnen werden und ist auf eine Dauer von drei Monaten angelegt. Die Tätigkeit wird vergütet.

Bitte kontaktieren Sie bei Interesse Herrn Prof. Chengguang Li ([chengguang.li@tum.de](mailto:chengguang.li@tum.de)).