

PRIX 2017 DU LEADERSHIP DU MARCHÉ MONDIAL DES DÉBITMÈTRES MAGNÉTIQUES

Endress+Hauser 
People for Process Automation

FROST & SULLIVAN, C'EST QUI ?

Frost & Sullivan est une grande société de conseil et d'étude de marché créée il y a 57 ans, qui suit plusieurs secteurs tels que l'automobile, la santé, les technologies de l'information et de la communication ainsi que d'autres industries. Frost & Sullivan, dont le siège social est situé à Santa Clara, en Californie, emploie 1 800 analystes et possède des bureaux dans plus de 40 pays.

LES PRIX DES MEILLEURES PRATIQUES, C'EST QUOI ?

Les prix des meilleures pratiques décernés par Frost & Sullivan récompensent les réalisations exemplaires dans une multitude d'industries et de disciplines depuis 18 ans. Frost & Sullivan mène des recherches sur les meilleures pratiques afin d'identifier clairement le niveau d'innovation et de leadership parmi les entreprises, les produits, les processus et les cadres dirigeants.

Remporter le prix Frost & Sullivan du leadership du marché est une reconnaissance incontestable de la stratégie de croissance et du succès d'une entreprise. Le prix des meilleures pratiques décerné à Endress+Hauser est un indicateur fort pour les employés, les clients et les partenaires, attestant que la société propose des solutions innovantes qui lui ont permis de conquérir de nouvelles parts de marché dans le domaine des débitmètres magnétiques.

POURQUOI ENDRESS+HAUSER ?

Réputée pour la qualité de ses débitmètres électromagnétiques, Endress+Hauser poursuit une stratégie d'innovation permanente, soutenue par des investissements en R&D afin d'élargir son portefeuille de produits et de répondre aux attentes de ses clients. Elle a conçu ses débitmètres électromagnétiques en exploitant des technologies de pointe telles que la technologie Heartbeat et le point d'accès WLAN, ainsi que des protocoles de communication tels qu'EtherNet/IP et PROFINET, facilitant ainsi la prise de décision intelligente au sein des entreprises. La gamme de débitmètres électromagnétiques de la société garantit une répétabilité inégalée dans les temps de remplissage les plus courts, ainsi qu'une parfaite précision dans la mesure du débit, sans perte de charge et sans incidences sur la production.

Grâce à ses solides performances globales, Endress+Hauser occupe une position de leader sur le marché mondial des débitmètres magnétiques, avec une part de marché d'environ 18 %, ce qui lui a valu de remporter le prix 2017 de leadership du marché décerné par Frost & Sullivan.



ANALYSE DU PRIX DES MEILLEURES PRATIQUES POUR ENDRESS+HAUSER



QU'ENTEND-ONT PAR LEADERSHIP DU MARCHÉ ?

Les lauréats du prix du leadership du marché sont parvenus à fidéliser leurs clients, qui sont ensuite devenus des défenseurs de la marque, ce qui a permis à l'entreprise de se développer et d'atteindre une position de leader sur le marché. En s'engageant vis-à-vis de leur clientèle à chaque étape du cycle d'achat et en continuant à entretenir cette relation, les entreprises augmentent leur part de marché au fil du temps.

PRINCIPAUX CRITÈRES DE RÉFÉRENCE

Pour remporter le prix du leadership du marché, les analystes de Frost & Sullivan estiment que les entreprises doivent s'engager vis-à-vis de leur clientèle à chaque étape du cycle d'achat et continuer à entretenir cette relation pour accroître leur part de marché au fil du temps.

Critères évalués

- Critère 1 : Excellence de la stratégie de croissance
- Critère 2 : Excellence de la mise en œuvre
- Critère 3 : Force de la marque
- Critère 4 : Qualité des produits
- Critère 5 : Différenciation des produits
- Critère 6 : Levier technologique
- Critère 7 : Rapport prix/performance
- Critère 8 : Expérience d'achat des clients
- Critère 9 : Satisfaction d'achat des clients
- Critère 10 : Expérience du service après-vente des clients

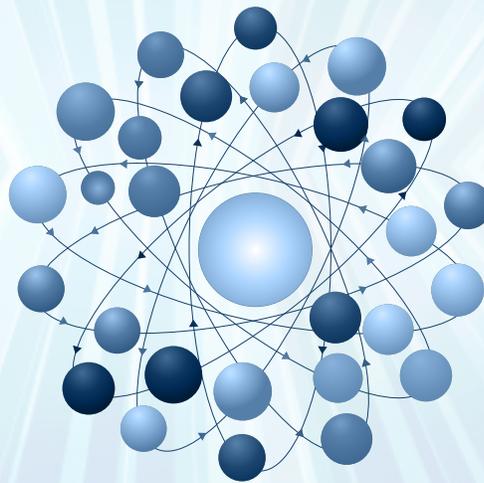
SIGNIFICATION DE LA RÉCOMPENSE

Pour remporter le prix Frost & Sullivan de leadership sur le marché, une entreprise doit s'efforcer d'être la meilleure de sa catégorie dans trois domaines clés : comprendre la demande, cultiver la marque et se différencier de la concurrence.

En fin de compte, la croissance de toute entreprise dépend des clients qui achètent et qui décident ensuite de revenir. Les clients fidèles deviennent des défenseurs de la marque ; les défenseurs de la marque amène de nouveaux clients ; l'entreprise se développe ; puis elle devient leader sur le marché.



L'APPROCHE DE LA RECHERCHE À 360 DEGRÉS



La méthode de recherche à 360 degrés de Frost & Sullivan représente la rigueur analytique de notre processus de recherche. Elle offre une vue à 360 degrés des défis, des tendances et des problèmes de l'industrie en intégrant les sept méthodes de recherche de Frost & Sullivan. Trop souvent, les entreprises prennent des décisions importantes en matière de croissance en se basant sur une compréhension étroite de leur environnement, ce qui induit des erreurs tant par omission que par action.

Le succès des stratégies de croissance repose sur une compréhension approfondie des études de marché, des analyses techniques, économiques, financières, de la clientèle, des meilleures pratiques et démographiques. L'intégration de ces disciplines dans la méthodologie de recherche à 360 degrés fournit une plateforme d'évaluation pour l'analyse comparative des acteurs de l'industrie et pour l'identification de ceux qui obtiennent les meilleurs résultats dans leur catégorie.

DES QUESTIONS ?

Sara Fisk
Responsable des communications marketing
sara.fisk@us.endress.com
+1 31-445-1517
www.us.endress.com

