

Vertriebsoptimierung

Wir steigern Produktivität und Performance

B2B Marketing & Sales

Eine im Harvard Business Manager veröffentlichte Studie (Gregory & Sexton, Mai 2007) bei der über 40 Produktkategorien im Geschäftskundenmarkt (B2B) analysiert wurden, kommt zu dem Schluss: **"Unternehmen, die B2B Geschäft betreiben, verschenken Milliarden, weil sie zu geringe Verkaufsaktivitäten betreiben!"**

Unsere Marketing & Sales Experten unterstützen Sie bei Ihrer Vertriebsoptimierung und steigern Ihre Unternehmensergebnisse garantiert



Vertriebsoptimierung durch...

- » **Sales Excellence**
- » **Neukundengewinnung**
- » **Key Account Management**
- » **Customer Relationship Management**
- » **Vertriebscontrolling**
- » **Psychologische Verkaufstechniken**

Kontakt

B2MARKET.DE

INTERCONNECTION CONSULTING GROUP GMBH

Osterwaldstraße 98 · 80805 München

Tel +49 89 3681430 Fax +49 89 368143 55

consulting@b2market.de

www.b2market.de

consulting@interconnectionconsulting.de

www.interconnectionconsulting.de

Sales Excellence

Vertriebsstrategie & Vertriebsmanagement mit System

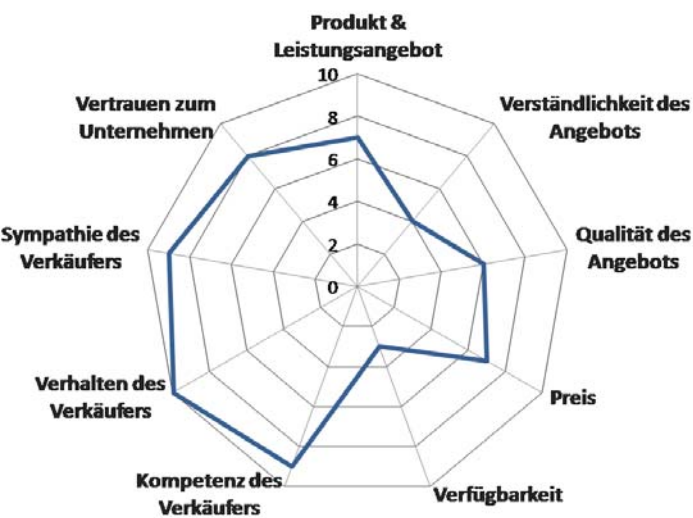
Um den Vertriebs Erfolg in einem Unternehmen zu steigern, muss ein leistungsfähiges Vertriebsmanagement etabliert werden, das den Verkauf und Vertrieb zum Erfolg führt.

Die meisten Unternehmen arbeiten zwar seit langem mit einer Marketing- und Vertriebsstrategie, jedoch wird diese häufig nicht den sich laufend verändernden Marktverhältnissen angepasst.

Neue Vertriebsformen und Instrumente haben die Verkaufswelt durchgreifend verändert.

Diese neuen Vertriebsformen revolutionieren die allgemeinen Grundsätze in Verkauf und Marketing nicht. Sie verändern jedoch in markanter Weise die Prozesse.

Die Neuausrichtung einer leistungsstarken Vertriebsmanagements wird geprägt durch die Veränderung an den Märkten und des Kundenverhaltens. Benötigt wird eine ganzheitliches, systematisches und umfassendes Vertriebsmanagement auf der Grundlage einer zielgerichteten Strategie.



Die Verkäufer sind immer noch kaufentscheidend

MSDS Marketing & Sales Development

Das MSDS Marketing & Sales Development System wurde auf der Grundlage des Marketingmanagements von Philip Kotler und Michael Porter sowie der Balanced ScoreCard von Kaplan & Norton entwickelt und berücksichtigt besonders die zentralen Erfolgsfaktoren für die Vertriebssteuerung. Die Umsetzung der Unternehmens-, Marketing- und Vertriebsziele liefert dem Management die entscheidenden Wettbewerbsvorteile und Steuerungsinstrumente für die professionelle Marketing- und Vertriebsentwicklung.

Die MSDS Methode

Unternehmensgrundlage, Chancen-Analyse, Markt- & Wettbewerbsanalyse, Potential- & Kundenanalyse.

SWOT Analyse der Eigensituation, Positionierung im Markt, Unternehmensziel, Geschäftsmodell.

Die SUCCESS Methode:

1. Erstellung der Marketing- & Vertriebsstrategie
2. Bestimmung der Erfolgsperspektiven
3. Bestimmung operativer Erfolgsfaktoren
4. Bestimmung der Vertriebskennzahlen
5. Erstellung der ScoreCards
6. Ableitung von Marketing- & Vertriebszielen
7. Zielvereinbarung, Transfer & Monitoring
8. Erstellen der Maßnahmenkataloge
9. Aufbau des Controllingsystems
10. Implementierung des Vertriebsmanagements

Erfolgsfaktoren

- » Chancen-Analyse
- » Markt- und Wettbewerbsanalyse
- » Potentialanalyse
- » Kundenanalyse
- » SWOT Analyse
- » Positionierung
- » Unternehmensvision
- » Geschäftsmodell
- » Marktausschöpfung
- » Personalentwicklung
- » Führung Management
- » Vertriebs-Controlling
- » Zielsysteme

Der Nutzen für Sie

- Sie erfahren, welche Fragen Sie sich in Ihrem Unternehmen stellen müssen, um Ihre Erfolgsfaktoren im Vertrieb zu identifizieren.
- Sie erfahren, wie Sie ein prozessorientiertes Vertriebsmanagement aufbauen und dieses im Unternehmen implementieren.
- Sie wissen genau wo Sie ansetzen müssen.
- Sie können die einzelnen Module umsetzen.
- Sie decken alle wichtigen Fragen rund um das Thema Vertrieb und Verkauf ab.
- Sie steigern Ihre Verkaufsergebnisse maßgeblich.

Neukundengewinnung

„Das Geld liegt auf der Straße - heben Sie´s auf!“

Identifizierung potentieller Neukunden

Ohne systematische Neukundengewinnung trocknet der Verkaufstrichter aus!

Man kann sich seiner Stammkunden nicht auf Dauer sicher sein. Auch bei bester Kundenzufriedenheit lässt sich nicht verhindern, dass Stammkunden Geschäftsfelder aufgeben, auf andere Produkte umschwenken, von Konkurrenten aufgekauft werden oder in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten.

Deshalb gilt der Grundsatz:

Neben allem Vertrieb und Key Account Management muss eine vom Verkauf getrennte Akquisitions-Engine permanent laufen, die den Trichter der Neukundengewinnung kontinuierlich füllt.

Neue Kunden zu akquirieren ist eine der zentralen Aufgaben des Marketings. Zum einen ist die Gewinnung neuer Kunden zur Absicherung der erreichten Marktposition notwendig, denn vorhandene Kunden gehen auch kontinuierlich verloren. Zum anderen lassen sich dadurch Marketingziele erreichen und Wachstum und Ertrag steigern.

Untersuchungen zeigen, dass Unternehmen, die Akquisition neuer Kunden besonders forcieren, über alle Branchen hinweg, ein vergleichsweise überdurchschnittliches Umsatzwachstum erzielen.

Erfolgsfaktoren der Vertriebsoffensive

1. Kundenkontaktfrequenz erhöhen
2. Psychologische Verkaufstechniken anwenden
3. Systematische Kundenentwicklungsplanung
4. Zielorientierte Führung der Vertriebsmitarbeiter

Potentialanalyse

Die größten Wachstumspotentiale bestehen in der Ausschöpfung der Kunden und in der Neukundengewinnung. Es zeigt sich, dass meist die vorhandenen Potentiale nicht oder nur ungenügend ausgeschöpft sind. Die systematische Potentialausschöpfung bei bestehenden und besonders bei Neukunden ergibt beachtliche Umsatzsteigerungen und erhöhte Gewinne.

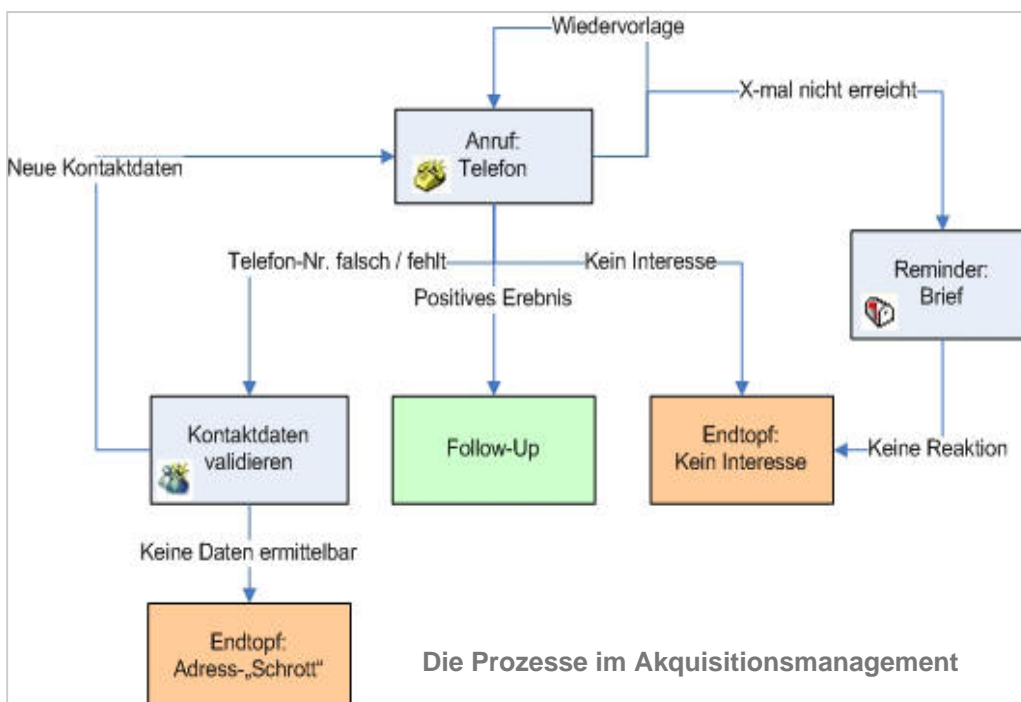
1. Potentialanalyse
2. Potentialausschöpfung nach Menge
3. Potentialausschöpfung nach Umsatz

SalesCenter

Zur Leadgenerierung eignet sich am besten ein eigenes SalesCenter. Man kann bereits mit einer einzigen Person beginnen, deren Aufgabe darin besteht Potentiale abzutelefonieren, Interessenten zu ermitteln und diese an den Verkauf weiterzuleiten.

Der Nutzen für Sie

- Sie wissen, dass ein eigenständiges Akquisitionsmanagement erfolgsentscheidend ist.
- Sie ermitteln die Potentialausschöpfung bei Ihren Kunden und das Neukunden-Potential.
- Sie optimieren und definieren Ihren Vertriebsprozess.
- Sie erfüllen die Wünsche, Motive und Bedürfnisse Ihrer Kunden und Interessenten.
- Sie wissen, wie Sie eine Vertriebsoffensive initiieren und erfolgreich durchführen.



Erfolgsfaktoren

Potentialdatenbank

- » Wiedervorlagesystematik
- » Automatic Call Dialer
- » Gesprächsleitfaden
- » Workflow-Manager
- » Erreichbarkeitsstatistik
- » Arbeitszeitstatistik
- » Call-Statistik
- » Projektfortschritt
- » Routenplanung
- » Terminvereinbarung
- » Inbound & Outbound
- » Hotline
- » Ticketing
- » Automatische Weiterleitung
- » E-Mail Integration
- » Software-Integration

Key Account Management

Optimale Kundenausschöpfung - für mehr Umsatz

Das KAM Excellence System

Das KAM Excellence System ist ein Verfahren zur systematischen Einrichtung und Optimierung eines Key Account Managements und liefert Ihnen eine strukturierte Gestaltungsrichtlinie für Maßnahmen in Ihrem Unternehmen.

Der Grund für den systematischen, gezielten Aufbau eines Key Account Managements ist vor allem,

- das Ausschöpfen bestehender Kundenbeziehungen
- das Erzielen von Wachstum mit den Kunden
- und eine lang andauernde Kundenbindung

Dazu gehören der langfristige Ausbau der Geschäftsbeziehungen mit den „Altkunden“ sowie die Entwicklung bestehender Kunden zu Key Accounts.



1. Das KAM Excellence System
2. Die strategische Weichenstellung
3. Die Organisation und Steuerung des KAM
4. Das Leistungsmanagement
5. Die Beziehungspflege
6. Die systematische Bearbeitung von Key Accounts
7. Die Realisierung vereinbarter Maßnahmen
8. Die Führung von Key Account Managern
9. Das Controlling des KAM Systems
10. Implementierung & Optimierung des KAM Systems

Die systematische Kundenentwicklungsplanung zeigt alle Potentiale auf und dient der Strategieentwicklung im Key Account Management. Somit ist eine gezielte Vorgehensweise gewährleistet und der kostenbewusste Ressourceneinsatz gesichert.

Der Accountplan ist das Schlüsselinstrument zur Erfolgsvorbereitung und Erfolgssicherung bei jedem Top-Kunden. Das Arbeitsinstrument Accountplan ist der gezielte Fokus auf einen Schlüsselkunden.

Dabei wird für jeden Key Account eine Analyse erarbeitet und daraus die Strategie und die Maßnahmenplanung abgeleitet und gleichzeitig die Erfolgskontrolle bestimmt.

Die zehn Phasen der Key Account Bearbeitung

1. Analyse des Key-Accounts
2. Analyse des Buying-Centers des Key-Accounts
3. Strategie zur Bearbeitung des Key Accounts
4. Analyse der Strategien der direkten Wettbewerber
5. Analyse der eigenen Situation beim Key-Account
6. Erstellen der Accountpläne und Maßnahmenpläne
7. Verkaufsgespräche mit dem Key Account
8. Training der Key Account Manager
9. Controlling des KAM Systems
10. Evaluation des KAM Erfolgs

1. Summary	Account Plan
2. Wichtiges zum KA	Marktposition beim Key Account
3. Umsatz/DB Analyse	Nach Produktgruppen
4. Projektanalyse	Gewonnene/Verlorene Projekte
5. Offene Projekte	Angebot./ Abschluss Ratio
6. Wettbewerbsanalyse	Namen der Konkurrenten
7. Zusammenarbeit	Qualität, Beziehung, Service
8. Strategie im Folgejahr	Strategische Ziele für die Zukunft
9. Maßnahmen	Marketing, Besuche, Events
10. Controlling	Zielerreichung, DB

Ansprechpartner beim Key Account		General Manager	Einkäufer	Controller	Marketing
Name		Herr Knut	Frau Paul	Herr Philip	Herr Karl
Einfluss des Ansprechpartners		5	8	8	4
Verantwortliche in unserem Unternehmen	Vorstand	Frau Kruse	Allianz bei Marktritt in China		
	Key-Account Manager	Herr Witt	Geschäftsentwicklung	Abwicklung	
			2/6	2/4	
	Produktmanager	Herr Arnst	Einführung Neuprodukt		
			2/3		
	Logistikmanager	Herr Lech	Preise		Mafo
			1/3		5/12

Kunden-Kontaktplan-Matrix

Der Nutzen für Sie

- Sie können Ihre Key Accounts systematisch nach Potential analysieren.
- Sie erkennen die Strategien Ihres Wettbewerbs.
- Sie analysieren Ihre Stärken und Schwächen bei KAs.
- Sie erstellen Accountpläne zur besseren Ausschöpfung Ihrer Kunden.
- Sie ergreifen Maßnahmen zur Kundenentwicklung.

Customer Relationship Management

Optimale Kundenbeziehung - langfristige Kundenbindung

CRM macht Unternehmen erfolgreicher!

CRM gewinnt heutzutage zunehmend an Bedeutung und gilt derzeit als das Management-Konzept, das langfristig den größten Wettbewerbsvorteil verspricht.

Der Paradigmenwechsel im Marketing hin zum kundenorientierten Marketing, die Veränderungen von Märkten, Technologien sowie gestiegene Kundenansprüche machen eine permanente Kundenorientierung erforderlich. Die Implementierung von CRM als ganzheitliche Strategie steigert den Unternehmenserfolg nachhaltig. Wir zeigen Ihnen die wichtigsten Module des CRM und einen Gesamtüberblick zur strategischen Konzepterstellung. Anschließend werden die einzelnen Module näher betrachtet.

Customer Relationship Management ist eine umfassende Geschäftsstrategie zur Optimierung, Pflege und Ausschöpfung von Kundenbeziehungen.

CRM bewirkt...

- » dass Kunden systematisch und nachhaltig besser betreut werden...
- » dass Ihre Mitarbeiter effizienter arbeiten und mehr leisten können...
- » dass Ihr Unternehmen gezielt auf eine kundenorientierte Unternehmensstrategie ausgerichtet ist...
- » dass durch optimale Ausschöpfung der Kundenbeziehungen Wettbewerbsvorteile erlangt und Gewinne maßgeblich gesteigert werden.

Kundenbindung führt zu dauerhaftem Erfolg

Dauerhafte Kundenbindung ist der Wettbewerbsvorteil Nr.1. Durch CRM wird die Kundenbindungsdauer verlängert, die Kundenbindung gestärkt und der Erfolg gesichert.

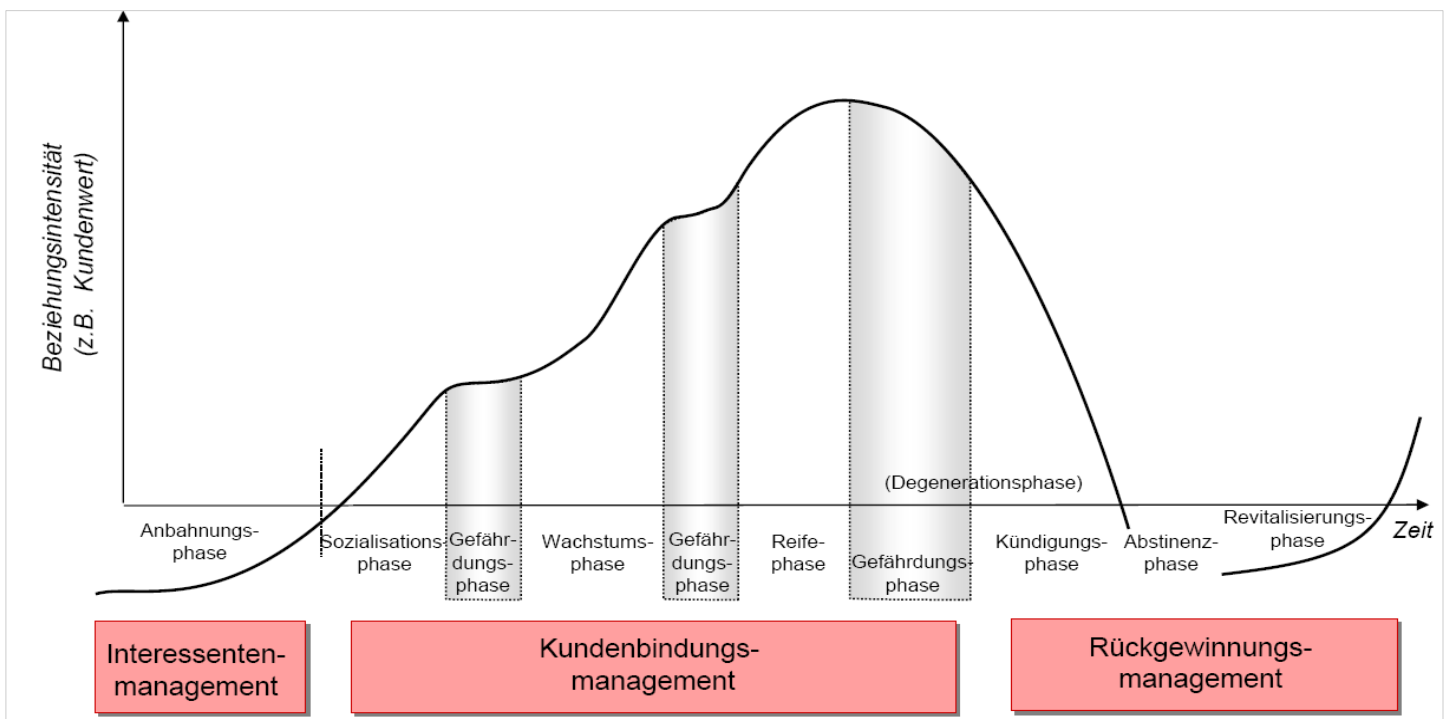


Die CRM Module - Stufenweise zum Erfolg

- Interessentenmanagement
- Neukundenmanagement
- Zufriedenheitsmanagement
- Kundenbindungsmanagement
- Kündigungsmanagement
- Beschwerdemanagement

Der Nutzen für Sie

- Sie kennen die Erfolgsmodule im CRM.
- Sie bauen strategische Wettbewerbsvorteile auf.
- Sie erhalten eine komplette Methode zur Einführung von CRM in Ihrem Unternehmen.
- Sie erleben die Anwendung von CRM.
- Sie können Ihr spezifisches CRM-Konzept erstellen.



Vertriebscontrolling

Vertriebsmitarbeiter zu Spitzenleistung führen

Vertriebsmanagement

Die zunehmende Bedeutung eines systematischen **Produktivitätsmanagements** im Vertrieb liegt auf der Hand: Produktivitätsfortschritte werden gerade für Unternehmen in Hochlohnländern auch in Zukunft erforderlich sein, um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können. Die erforderlichen Verbesserungen können nicht immer in der Produktion und Verwaltung erzielt werden, denn irgendwann sind die Produktivitätssteigerungspotenziale ausgereizt.

Kundenbeziehungsmanagement

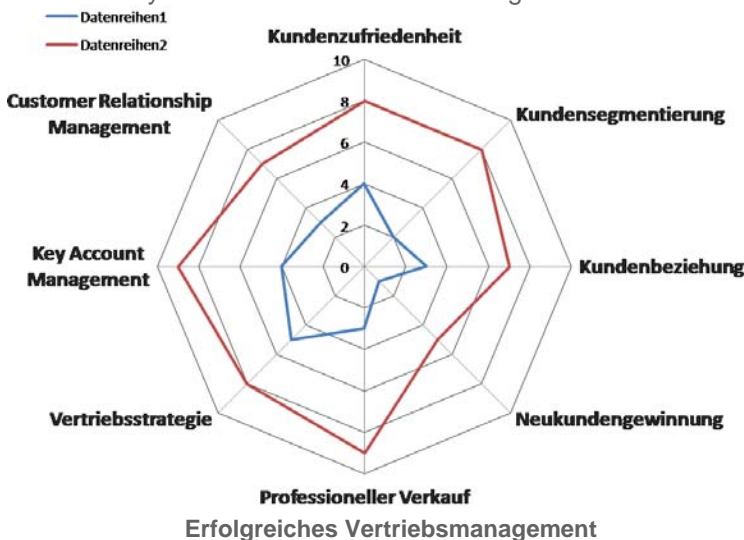
Kundenorientierung von Unternehmen soll zu Kundenzufriedenheit und letztlich zu gesteigerter Profitabilität führen. Kundenzufriedenheit -das zentrale Bindeglied zwischen Kundenorientierung und Profitabilität ist allerdings ein hochgradig dynamisches Phänomen. Um dies zu verstehen, sollte man sich klar machen, wie Kundenzufriedenheit entsteht. Kundenzufriedenheit resultiert aus einem Vergleichsprozess: Der Kunde hat eine Leistungserwartung an ein Unternehmen. Der Kunde vergleicht nun das, was er bekommt, mit dem, was er erwartet hat. Aus diesem Vergleichsprozess resultiert sein Zufriedenheitsurteil.

Vertriebsstrategie

Hier werden die grundlegenden Weichen für die Marktbearbeitung gestellt. So geht es beispielsweise darum, welche Vertriebswege für welche Märkte genutzt werden. Eine wichtige Frage ist in diesem Zusammenhang die Gestaltung der Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern wie z. B. mit Händlern. Beispielsweise muss eine professionelle Vertriebsstrategie in einem Unternehmen, das einen Außendienst hat, Aussagen darüber treffen, wie das Zeitbudget des Außendienstes schwerpunktmäßig eingesetzt wird.

Informationsmanagement

Im Bereich des *Informationsmanagements* geht es in erster Linie um die Frage, ob die notwendigen Informationen für eine professionelle Vertriebsarbeit im Unternehmen vorhanden sind. Im Mittelpunkt stehen hier Informationen über das Kundenpotenzial, die Kundenprofitabilität sowie die Kundenzufriedenheit und -bindung. Das sind Voraussetzungen für eine systematische Kundenbetreuung.



Vertriebscontrolling mit der Sales Excellence Software

Sales Excellence Software

Dem Vertriebscontrolling kommt eine sehr wichtige Rolle zu: Zum einen dient es dazu, die einzelnen Vertriebsprozesse auf Ihre Effizienz hin zu überprüfen, zum anderen bildet es die Grundlage für Zielvereinbarungen mit den Mitarbeitern, sodass deren Leistungen auch gemessen werden können.

Für ein funktionierendes Vertriebscontrolling müssen zunächst die entsprechenden unternehmensinternen Kennzahlen definiert werden, die den Erfolg messbar machen. Die Sales Excellence Software ermöglicht Ihnen, ein professionelles Vertriebscontrolling durchzuführen.

Ein Management Cockpit überwacht alle Daten und stellt Wesentliches grafisch zur Verfügung. Somit sieht die Vertriebsleitung auf einen Blick alle Entwicklungen und kann entsprechende Maßnahmen ergreifen.

Der Nutzen für Sie

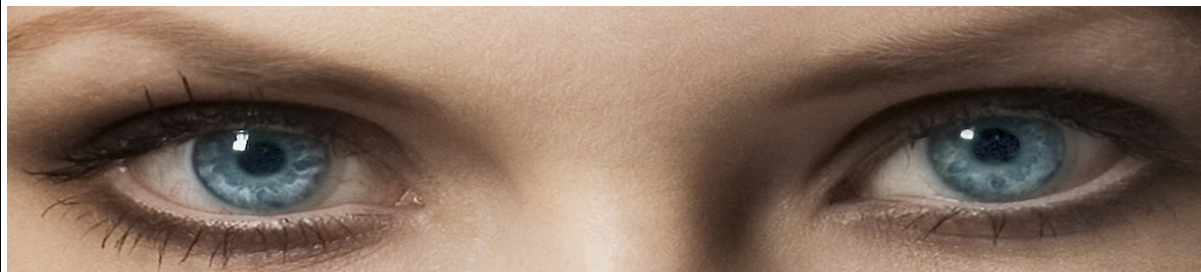
- Sie erstellen Ihre schlagkräftige Vertriebsstrategie
- Sie bestimmen die Erfolgsperspektiven
- Sie erarbeiten mit Ihren Vertriebsmitarbeitern die operativen Erfolgsfaktoren
- Sie bestimmen die Vertriebskennzahlen
- Sie erstellen individuelle ScoreCards mit Ihren Vertriebsmitarbeitern
- Ableitung der Vertriebsziele
- Sie treffen Zielvereinbarung mit Ihren Mitarbeitern
- Sie erstellen Maßnahmenkataloge zur Umsetzung
- Sie implementieren Ihr Vertriebs-Controlling-System
- Sie steigern Ihre Verkaufsergebnisse dramatisch

Ihr Leistungsangebot interessiert uns...

Faxantwort +49 89 368143 55

Email consulting@b2market.de

**INTERCONNECTION
CONSULTING GROUP**
Osterwaldstraße 98
80805 München
Tel +49 89 368143 0
Fax + 49 89 368143 55



Wir interessieren uns für Ihre Inhouse-Seminare

- Vertrieboptimierung**
- Sales Excellence**
- Neukundengewinnung**
- Key Account Management**
- Customer Relationship Management**
- Neuropsychologisches Sales Training**

Vorname, Name

Firma

Straße

PLZ, Ort

Tel, Fax, Email