



mb+p - Management Beratung und Praxis

„Unternehmenserfolg mit
kooperativer Vertriebsmethodik“

Wolfgang Hirsch

München, 10.Juni 2015

mb+p
Unternehmer-Beratung

Profitable Umsatzsteigerung durch eine gezielte Vertriebsmethodik

Aktuelle Situationen und Fragestellungen

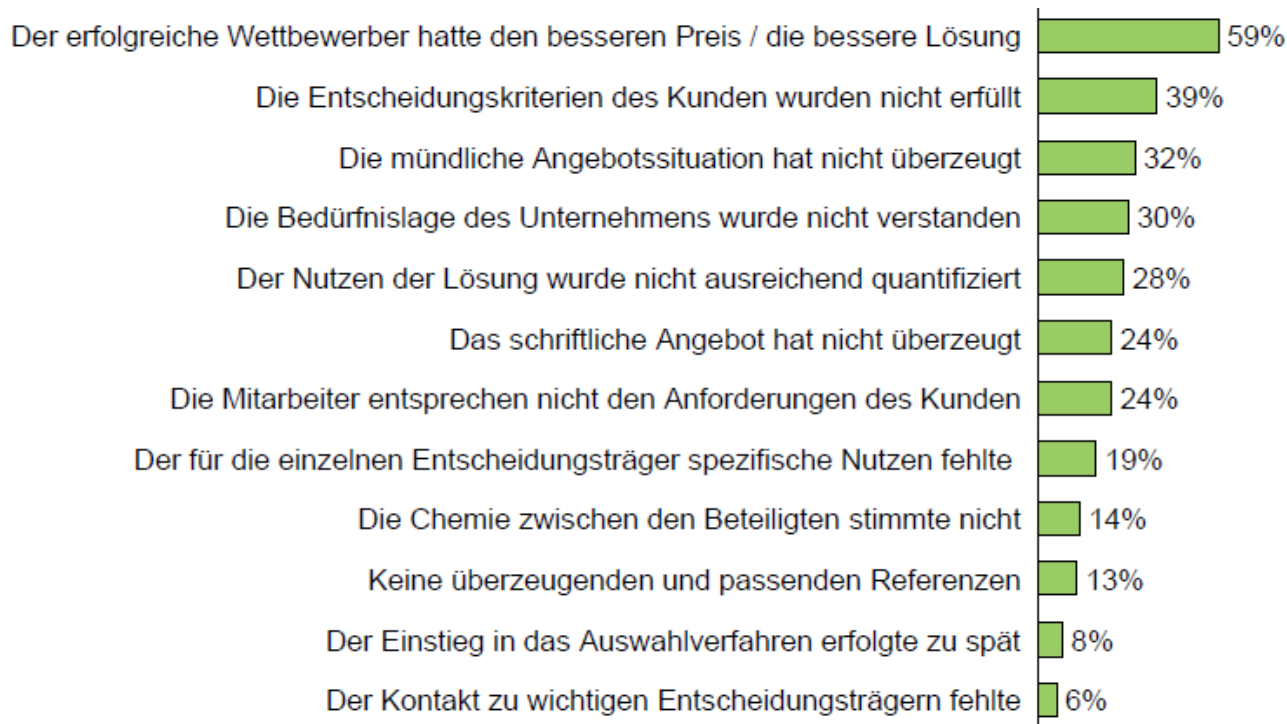
- Immer mehr Kunden denken in Lösungen und nicht in Produkten. Ist mein Vertrieb darauf vorbereitet?
- „Der Vertrieb verkauft immer das, was wir nicht haben“ und „die Produktion stellt immer das her, was der Kunde nicht braucht“. Wie können wir diesen Teufelskreis durchbrechen?
- Neukundenakquisition ist aufwendig und teuer. Schöpfen wir wirklich unser Bestandskundenpotential aus?
- Wir benötigen Neukunden, um unseren Umsatz zu steigern. Wie entscheiden wir aber was für uns ein idealer Zielkunde ist?
- Wir brauchen 20% Umsatzsteigerung. Wie sollen wir das schaffen?
- Sind unsere Vertriebskosten wettbewerbsfähig? Ist unser Vertriebsprozess effizient? Wo liegen Verbesserungspotentiale?
- Wie steuern wir unseren Vertrieb richtig? Passen die Zielvereinbarungen zu unserer Strategie?

Nutzen

Freisetzung vorhandener Umsatz- und Kostenpotenziale durch eine gezielte Vertriebsmethodik:

- + Schnell umsetzbar
- + Direkte Umsatzwirkung
- + Reduzierung Vertriebskosten
- + Verbesserung der Profitabilität
- + Verbesserung der vertrieblichen Skills
- + Verbesserung der Unternehmenskultur
- + Weitere Synergie-Effekte
(Prozessverbesserungen, Steigerung der Mitarbeitermotivation etc.)

Warum Kunden nicht kaufen und was ist der Schlüssel zum Erfolg?



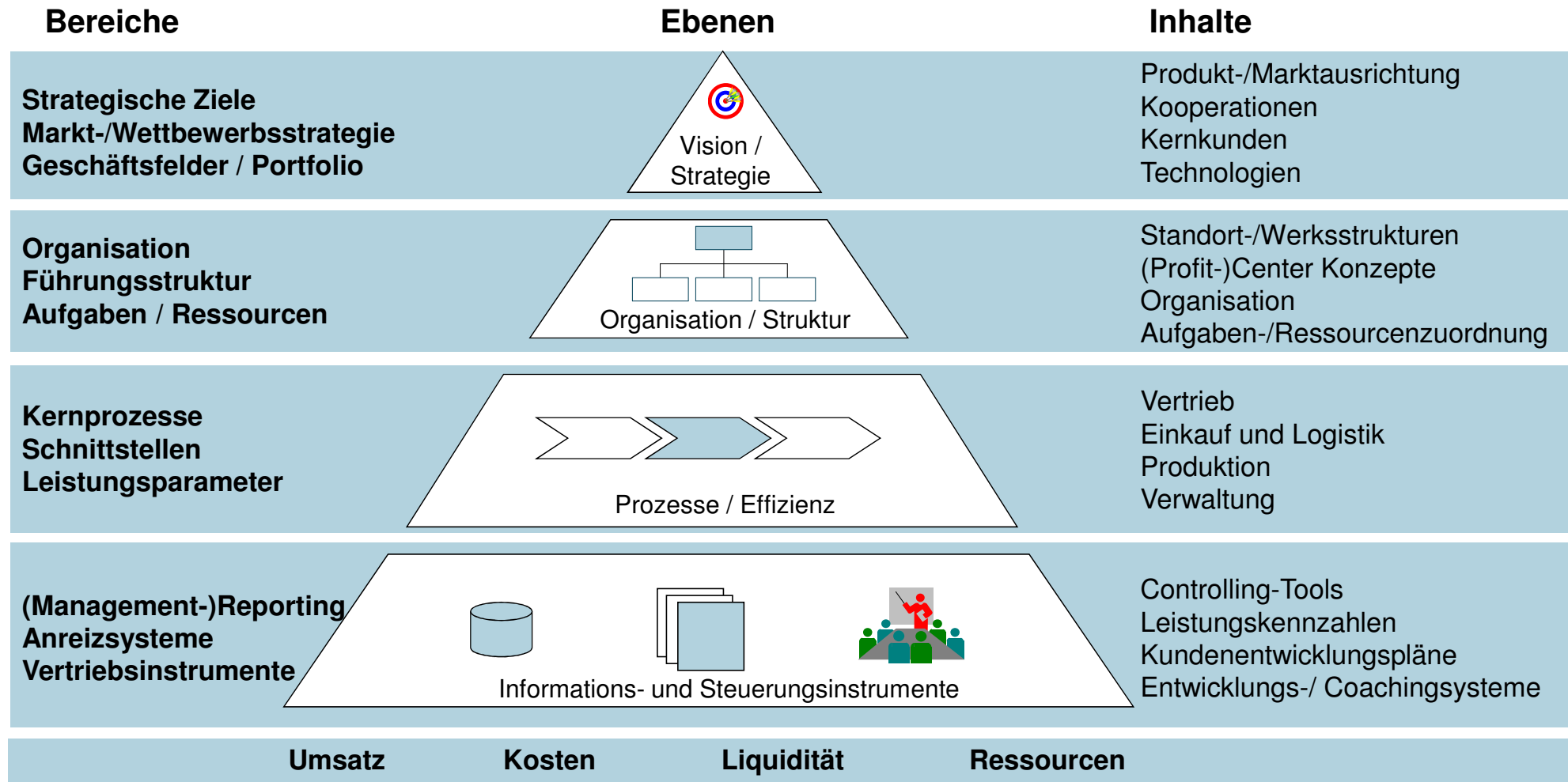
Quelle: F.A.Z. Institut

Kritische Erfolgsfaktoren

Der kritische Erfolgsfaktor im Vertrieb ist die Vorbereitung, nicht das Angebot!

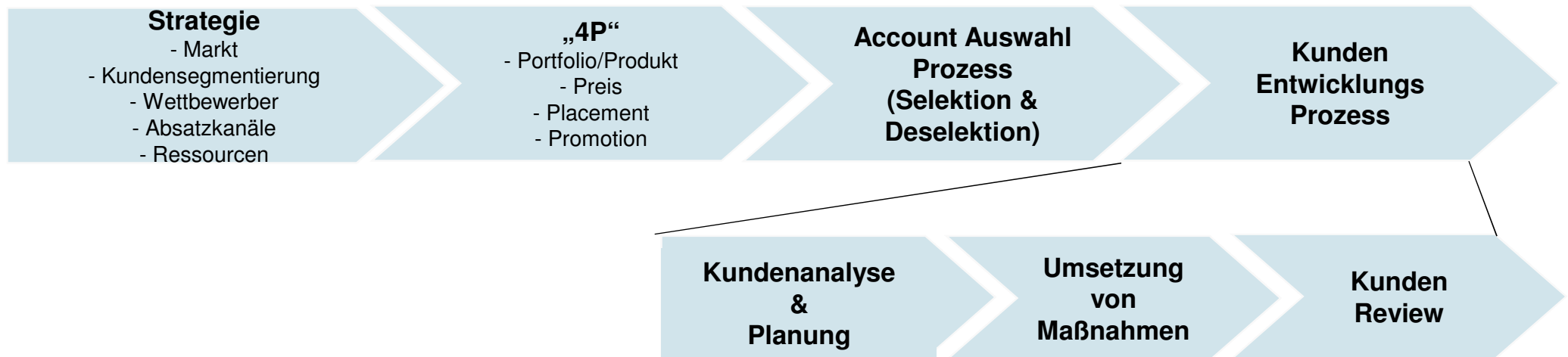
- Lösungsvertrieb statt Produktvertrieb
- Kenntnisse der Geschäftsprozesse und Wertschöpfungskette
- Kundenanalyse
- Beziehungsstrategie
- Kundenspezifische Value Proposition
- Kaufprozess
- Wettbewerbsstrategien
- Organisationsanalyse
- Rollen im Kaufprozess

Eine ganzheitliche Einbeziehung aller wesentlichen Elemente ist der Schlüssel zum Erfolg!



Was sind die grundsätzlichen Inhalte einer Struktur- und Effizienzverbesserung im Vertrieb?

Vertriebsstrategie und -steuerung



Vertriebs- und Angebotsprozess



Die 5 wichtigsten Erfolgsfaktoren für Weltklasse-Vertriebsorganisationen

Hebel für den Markterfolg

1. Qualifizierte Leads

Weltklasse Vertriebsorganisationen haben eine klar definierte und gelebte Methodik zur Identifizierung und Qualifizierung von Leads. Opportunity Management mit definierten Meilensteinen ist ein verankerter Prozess im Unternehmen.

2. Bestandskundenpflege

Strategische Kunden sind das wichtigste Unternehmenskapital. Eine gezielte Methodik zur Steigerung des „Share of Wallet“ ist gelebte Praxis. Die Geschäftsleitung ist ein wesentliches Element im Beziehungsmanagement und Verkaufsprozess.

3. Neukundengewinnung

Top-Unternehmen verstehen die Herausforderungen und Probleme ihrer Kunden genau. Das Denken in Lösungen und das Schaffen von kundenspezifischem Mehrwert zeichnen sie aus. Alle Ressourcen sind darauf ausgerichtet und arbeiten zusammen.

4. Vertriebssteuerung

Best Practices werden im Unternehmen genutzt, um die Leistungen aller zu verbessern. Die Vertriebssteuerung ist ausgerichtet an den strategischen Unternehmenszielen. Eine durchgängige Systemlandschaft unterstützt den gesamten Vertriebsprozess.

5. Aktives Talentmanagement

Die Erfahrung von Spitzenverkäufern wird im Recruiting genauso genutzt wie im Mentoring und Coaching. Aktives Talentmanagement ist sowohl Aufgabe von HR (Human Resources) als auch des Vertriebsmanagements.

Projektbeispiel: Durch „Sales Excellence“ zu profitabilem Wachstum

Projektauftrag

- Transformation Vertrieb
- Erarbeitung einer Vertriebsstrategie,
- Erarbeitung und Implementierung von Prozessen und Tools für das (Key) Account Management

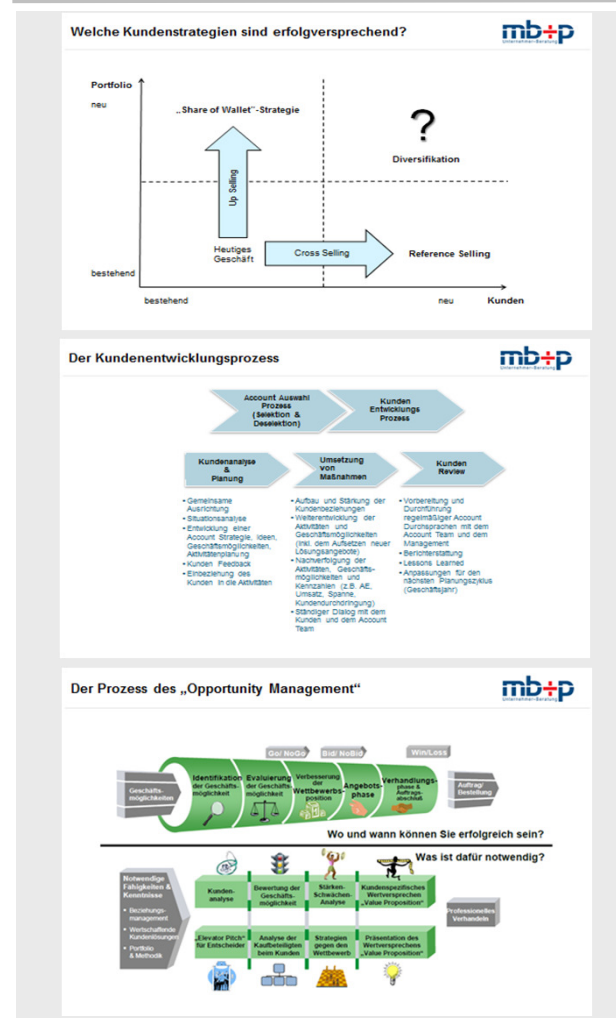
Ausgangssituation

- Anorganisches Wachstum mit unterschiedlichen Standorten
- Produkt- statt Lösungsvertrieb
- Differenzierung schwierig („Me too“)
- Hohe Abhängigkeit von Key Accounts
- Portfolioerweiterung in Richtung Lösungen

Ziele

- Profitables Wachstum
- Steigerung der Vertriebspanne
- Höhere Kundenausschöpfung
- Gewinnung von Neukunden
- Vermarktung von höherwertigen Dienstleistungen und Lösungen

Projekttablauf und -ergebnisse



1. Vertriebsstrategie

- Positionierung erarbeiten
- Zielkundendefinition
- Strategischer Maßnahmenplan

2. Kundenentwicklung

- Account Selektion
- Account Analyse
- Entwicklung einer Account Strategie
- Kunden Feedback
- Maßnahmenplan
- Account Reviews

3. Opportunity Management

- Opportunity Prozess
- Vertriebsmethodik
- Evaluierung von Geschäftsmöglichkeiten

4. Ergebnis

- Lösungsorientierter Vertrieb
- Höhere Kundendurchdringung
- Profitables Wachstum
- Gemeinsames Verständnis

Und falls Sie Fragen haben: Ansprechpartner und Kontaktdaten



Wolfgang Hirsch

Partner

Schwerpunkt: Sales Excellence, Due Diligence

w.hirsch@mbp-online.com

Tel: 0711-99 77 66 63

Mobil: 0172-6569744

mb+p Unternehmer-Beratung

Chilehaus A
Fischertwiete 2
D-20095 Hamburg
T +49 (0)40 32005-409
F +49 (0)40 32005-200
www.mbp-online.com