

Das Vertriebskonzept, eine wertvolle Unterstützung!

Ein durchdachtes Konzept sollte die Grundlage jeder betriebswirtschaftlichen Aktivität bilden. Das Konzept legt verschiedene Schritte fest, blickt in die Zukunft und hinterfragt kritisch. Klingt im ersten Moment relativ einfach, aber ist es auch so?

Die Erfahrung hat gezeigt, dass Unternehmen mit einem positiven Wachstum oftmals auch ihre Vertriebsstruktur personell anpassen, um der steigenden Nachfrage am Markt gerecht zu werden. Man ist versucht, die gesamte Nachfrage zu befriedigen und allfällig verlorene Marktanteile wieder zurück zu gewinnen. Nicht selten trifft es ein, dass nach diesem kleinen Wirtschaftswunder die Realität wieder einkehrt und schmerzlich festgestellt werden muss, dass Erträge auf sich warten lassen oder sogar ausbleiben, die Verkaufsgebiete eigentlich durch zu viele Aussendienst-Mitarbeitende betreut werden und die Kundenbindung etwas in Vergessenheit geraten ist; der Akquisition neuer Kunden wurde einen höheren Stellenwert beigemessen.

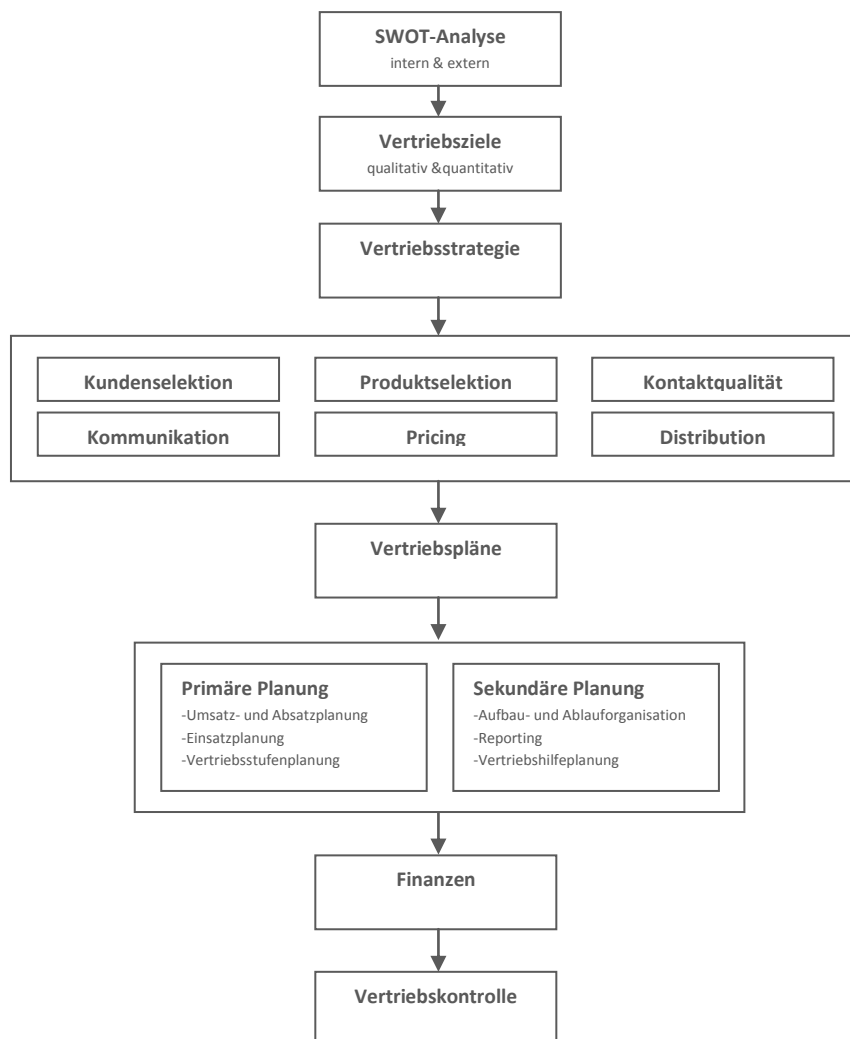
Ein durchdachtes Vertriebskonzept definiert im Vorfeld nachhaltige Schritte die eine erfolgreiche Führung der Vertriebsorganisation, sowohl bei einem Marktwachstum aber auch bei einem allfälligen Marktrückgang, berücksichtigen.

Ein Vertriebskonzept gibt Antworten:

- ≈ Worin liegen die Stärken und Schwächen unserer Unternehmung, resp. welche Chancen oder Gefahren ergeben sich daraus?
Die betriebswirtschaftliche Risikoanalyse bietet sich hier als zusätzliche Unterstützung an, lesen Sie auch unter: <http://www.salesplanning.ch/wp-content/uploads/Risikoanalyse-auch-in-der-Betriebswirtschaft.pdf>
- ≈ Welche Vertriebsziele werden verfolgt, sind es Umsatz-, Absatzziele oder Deckungsbeitragsziele?
- ≈ Wer sind die Kunden unserer Unternehmung, welche Produkte werden welchen Kunden angeboten?
- ≈ In welcher Qualität werden Kunden betreut, und durch wen?
- ≈ Wie und wo werden die Produkte angeboten, geschieht dies durch den eigenen Vertrieb und/oder durch Handelspartner?
- ≈ Wie funktioniert die Vertriebsorganisation gegen aussen (Marktbearbeitung)?
- ≈ Wie funktioniert die Vertriebsorganisation gegen innen (Organisation und Abläufe)?
- ≈ Wie werden Vertriebsmitarbeitende entschädigt, welche Lohnsysteme werden angewendet?
- ≈ Welche Angebots- und Preispolitik verfolgt unsere Unternehmung?
- ≈ Wie werden die Vorgaben kontrolliert und allfällige Abweichungen korrigiert?

Diese Aufzählung ist nicht abschliessend.

Das nachfolgende Schema zeigt die einzelnen Stationen im Vertriebskonzept, von der Situationsanalyse bis hin zur Vertriebskontrolle. Je nach Unternehmensstruktur und Organisation kann dieses Schema abweichen.



*Möchten Sie Ihre Vertriebsstruktur weiterentwickeln? Ich unterstütze Sie gerne dabei!
Weitere Informationen finden Sie unter: www.salesplanning.ch oder kontaktieren Sie mich einfach!*
