

Einführung eines professionellen Vertriebsmanagements



Projektbeschreibung:

Der rasante Wandel in der Telekommunikationsbranche bringt Veränderungen in den Kundenbeziehungen mit sich. Gerade für Infrastrukturdienstleister wird es immer schwerer, den durch die Bestandskunden forcierte Preisverfall durch Neukundengeschäft zu kompensieren.

Ziel des Projektes ist es, den Kunden bei der Neuausrichtung der Vertriebstätigkeiten im TK- Umfeld zu unterstützen.

Die einzelnen Aufgaben im Projekt sind:

- Beschreibung der Ausgangssituation
- formulieren einer Zielstellung mit der GF
- Analyse des Marktes
- IST Betrachtung der Axians
- SOLL Betrachtung
- Marktsegmentierung
- Zielkundendefinition
- Kundenqualifizierung
- Kundenquantifizierung
- Herleitung eines Vertriebsansatzes

Die Umsetzung des Vertriebskonzeptes erfolgt nach der Benennung der Vertriebsverantwortlichen in der Organisation. Es wird angestrebt, den Kunden bei der Steuerung der Vertriebsaktivitäten zu unterstützen und ihn die Methoden eines professionellen Vertriebsmanagements in die Hand zu geben

Auftraggeber:

Systemhersteller

Projektdaten:

1 Berater

Durchführungszeitraum:

2016/ 2017

Kundennutzen:

- IST Analyse (Bestandskunden; Wettbewerb; eigene Position am Markt) - SWOT
- Entwicklung einer Strategie zur Erweiterung des Portfolios (Eigenleistung; Partnermanagement)
- Stufenplan zur Erneuerung der Vertriebsorganisation
- Orientierung am Markt und Erweiterung des Betätigungsfeldes
- Etablierung eines Partnermanagements (mit Potentialanalyse im Konzernverbund)