
Vertriebsmanagement – das Ende des Blindflugs?

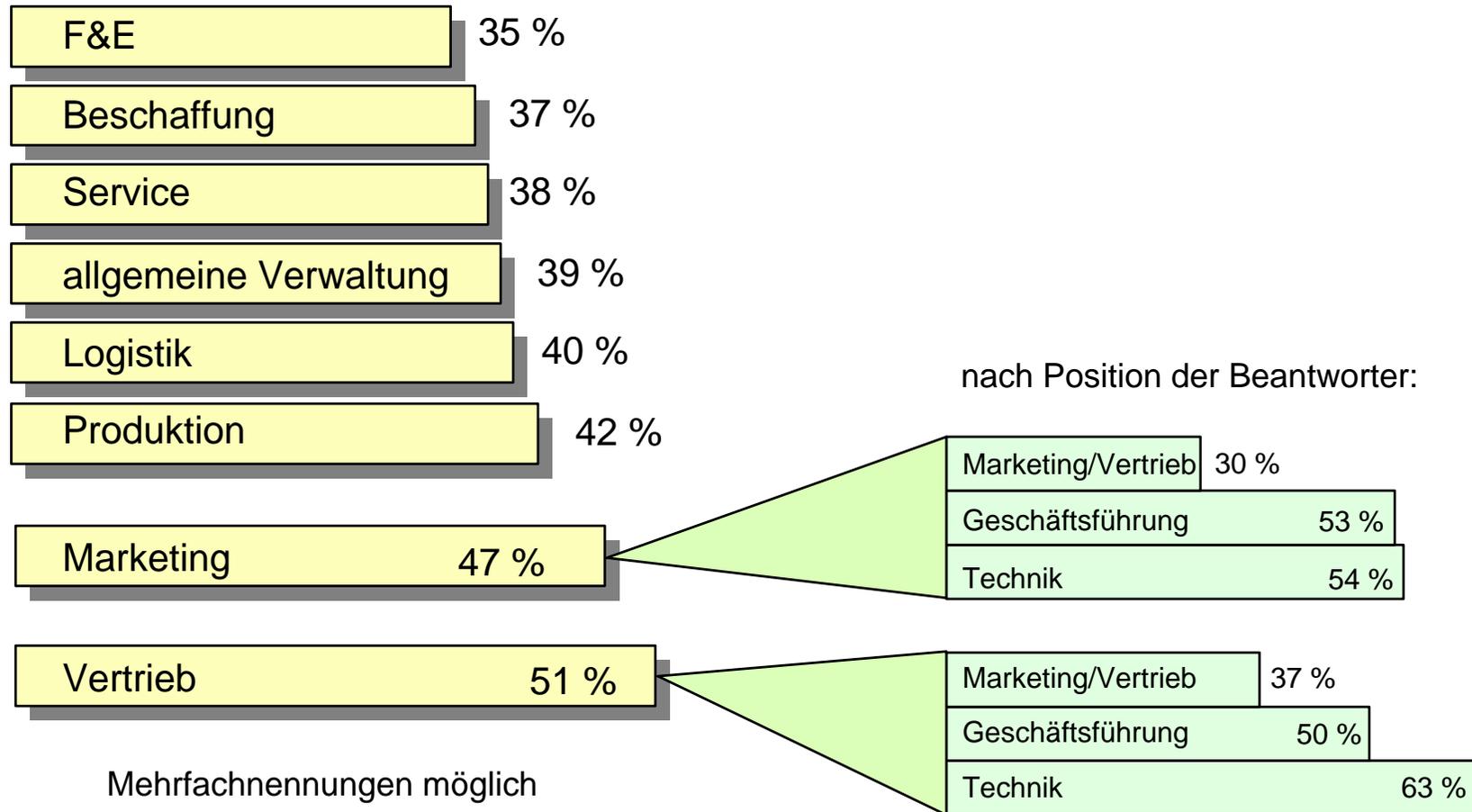
Marketing-Club Braunschweig e.V.
und
Technische Universität Braunschweig
Institut für Wirtschaftswissenschaften, insbesondere Marketing

Vortrag von Prof. Dr. Christian Homburg

Braunschweig, den 24. Juni 2003

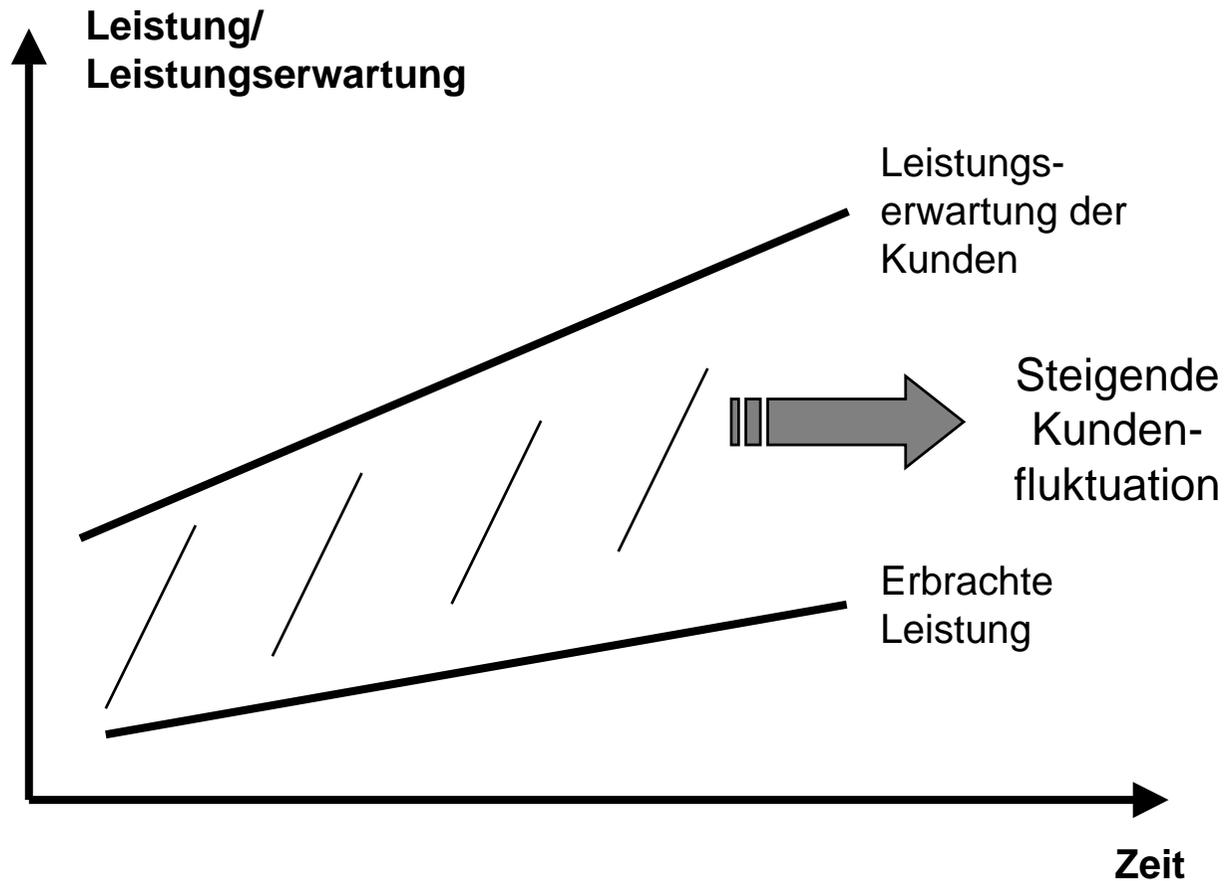


Produktivitätssteigerungspotenziale in verschiedenen Funktionsbereichen

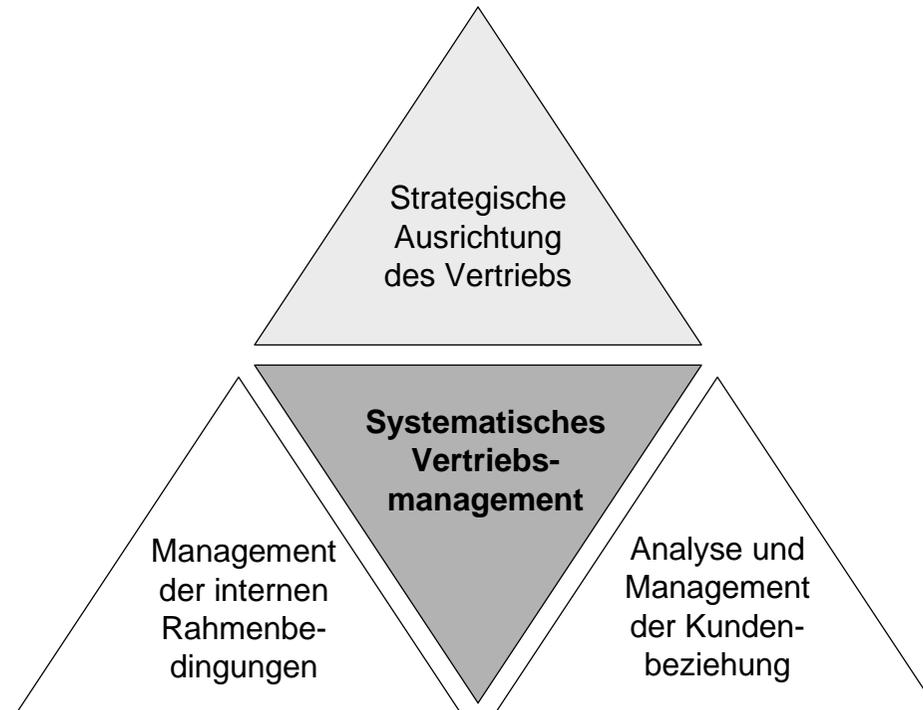


Lesebeispiel: 51% der befragten Manager aber nur 37% der befragten Marketing-/Vertriebsleiter sehen bedeutende Produktivitätssteigerungspotenziale im Vertriebsbereich ihres Unternehmens.

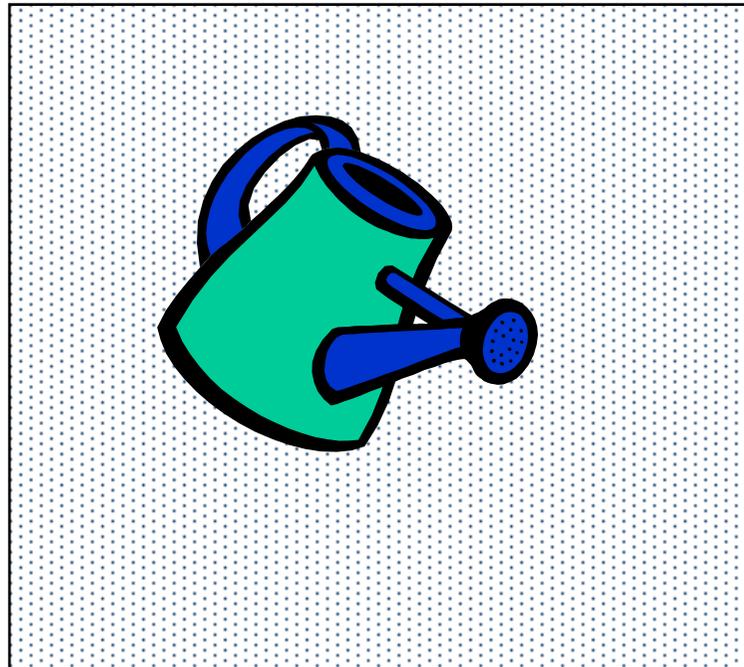
Die „Kundenzufriedenheitsfalle“



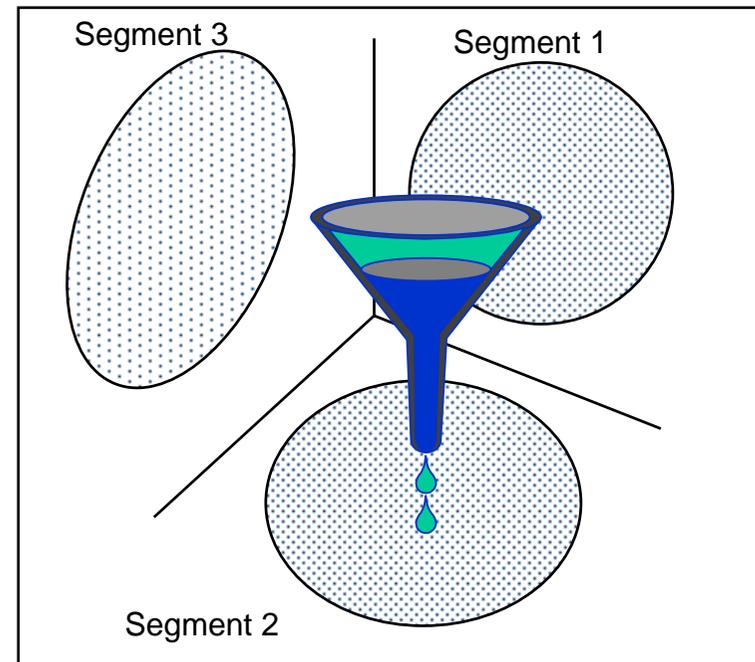
Systematisches Vertriebsmanagement: 12 Statements in 3 Bereichen



1. ... die Kunden bedürfnisorientiert zu segmentieren

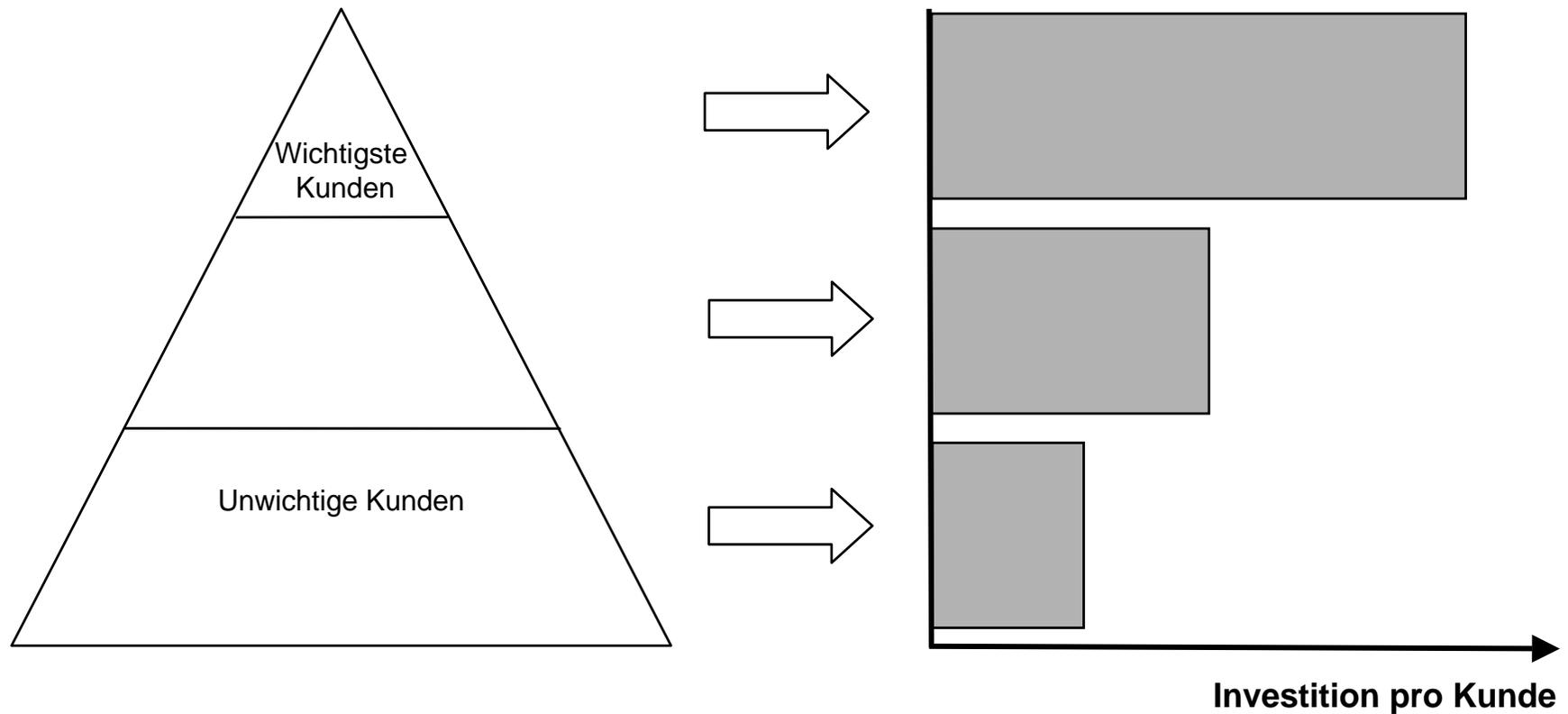


Jeder Kunde wird gleich behandelt
("Giesskannenprinzip")



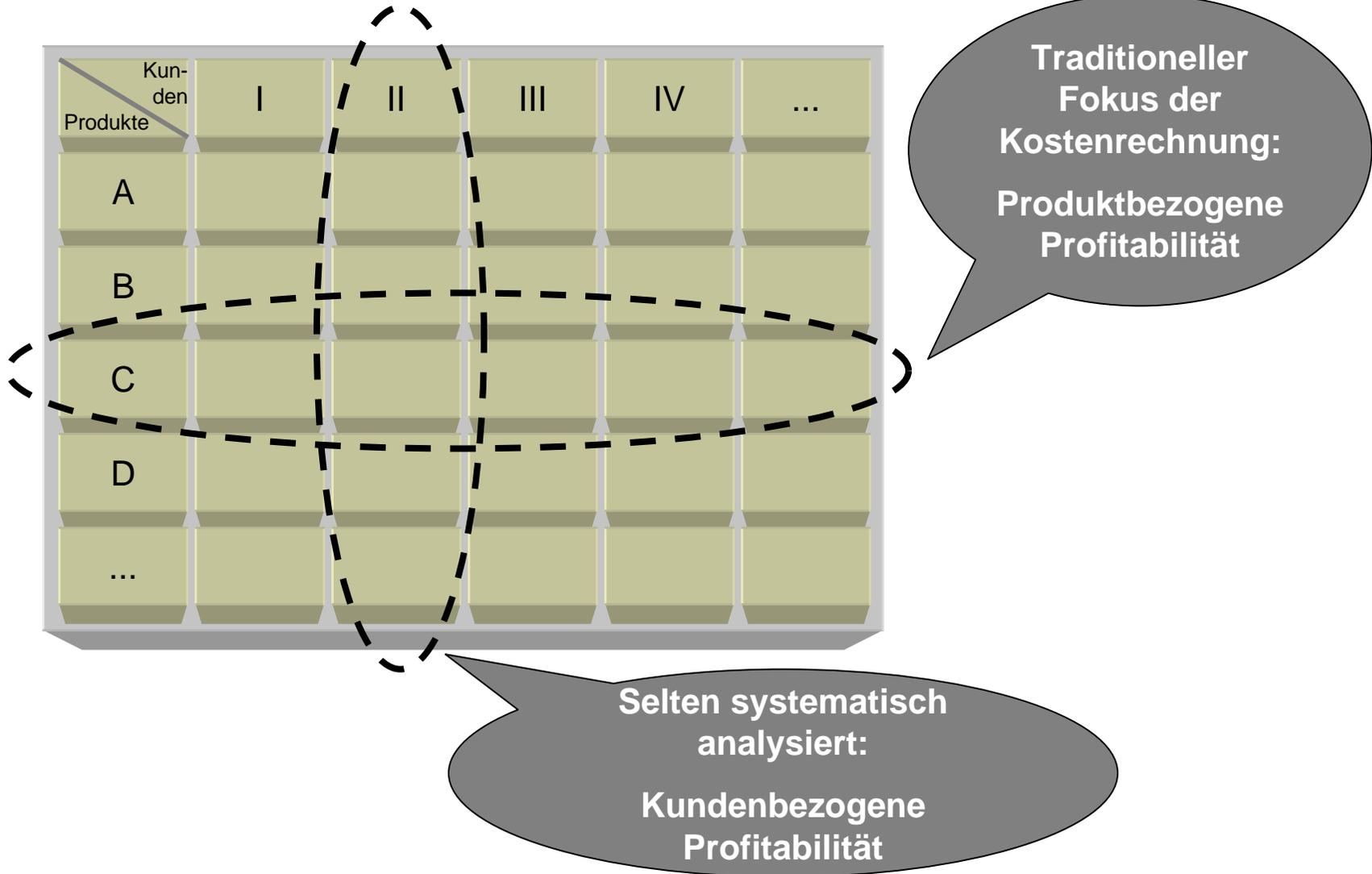
Individualisierte Ansprache verschiedener
Kundensegmente

2. ... unterschiedlich wichtige Kunden unterschiedlich intensiv zu betreuen

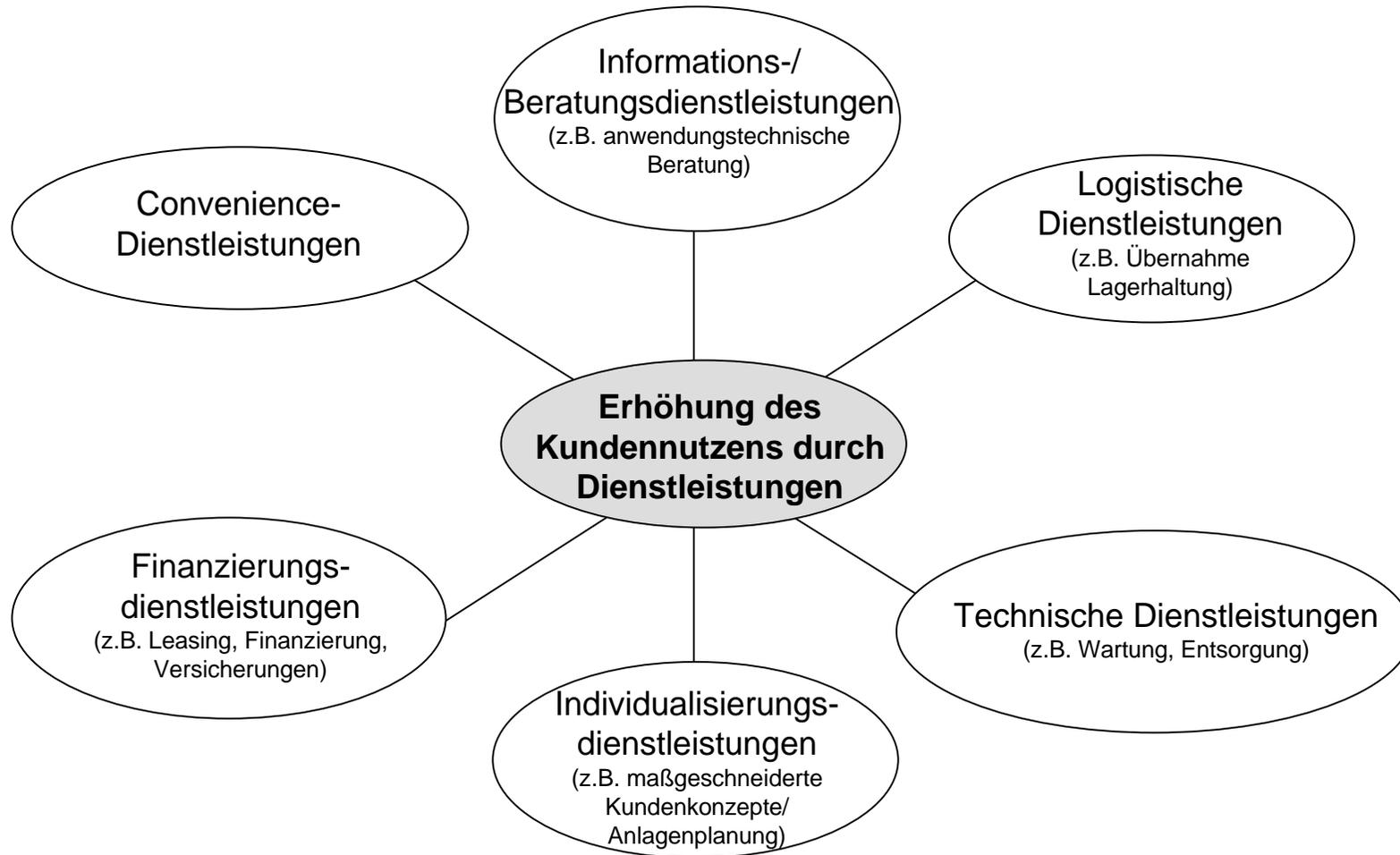




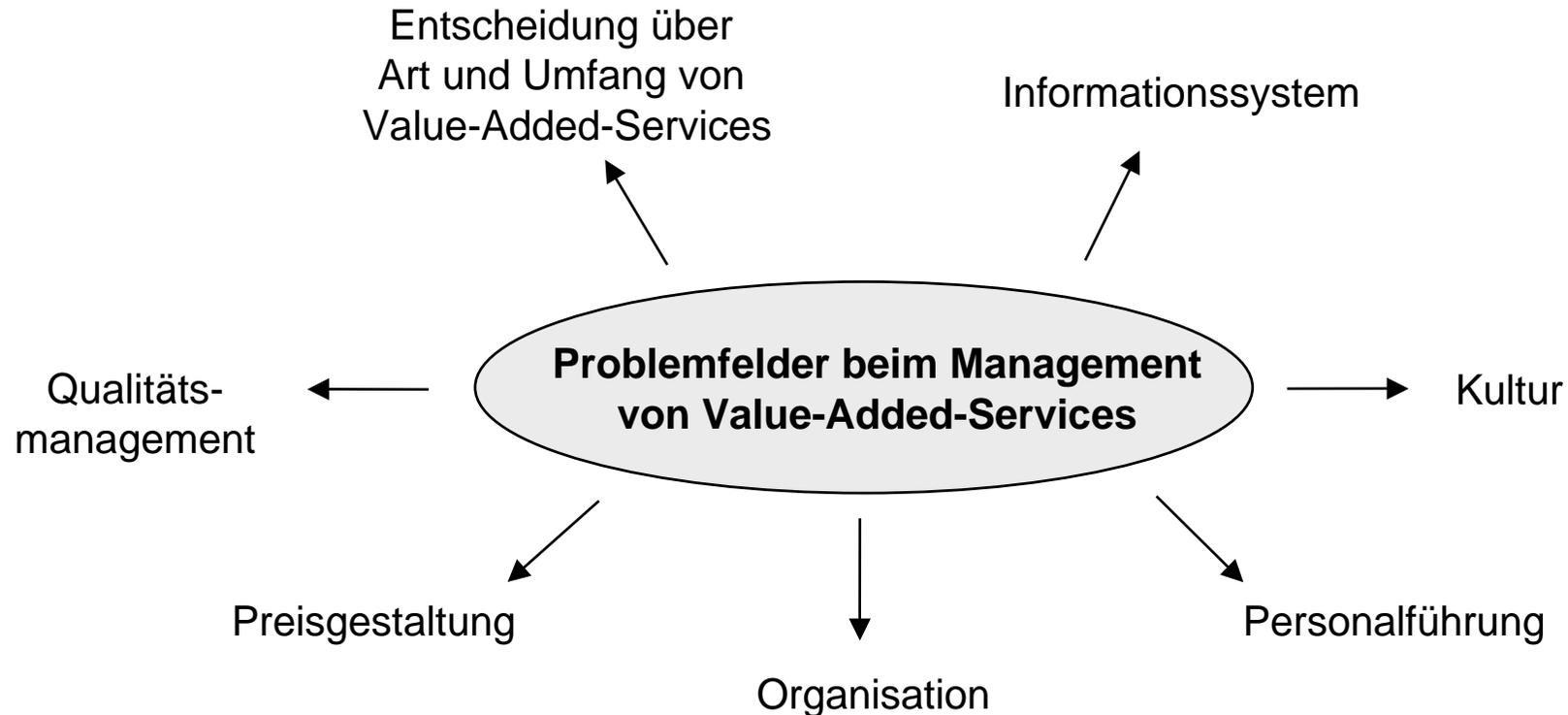
3. ... die kundenbezogene Profitabilität zu ermitteln



4. ... die Potenziale von Value-Added-Services zu nutzen und diese Value-Added-Services professionell zu managen (I)



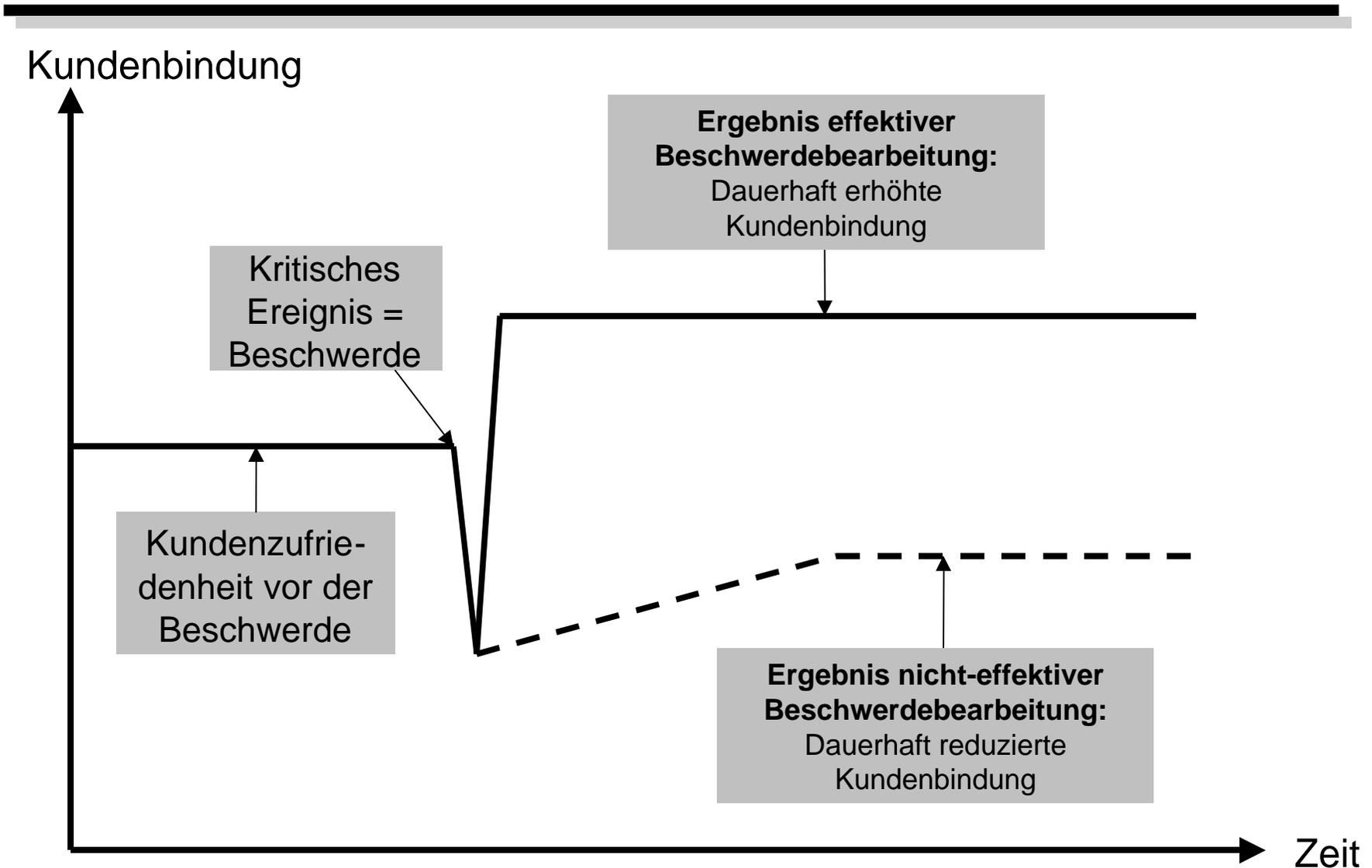
4. ... die Potenziale von Value-Added-Services zu nutzen und diese Value-Added-Services professionell zu managen (II)



5. ... Cross-Selling-Potenziale zu erkennen und zu erschließen



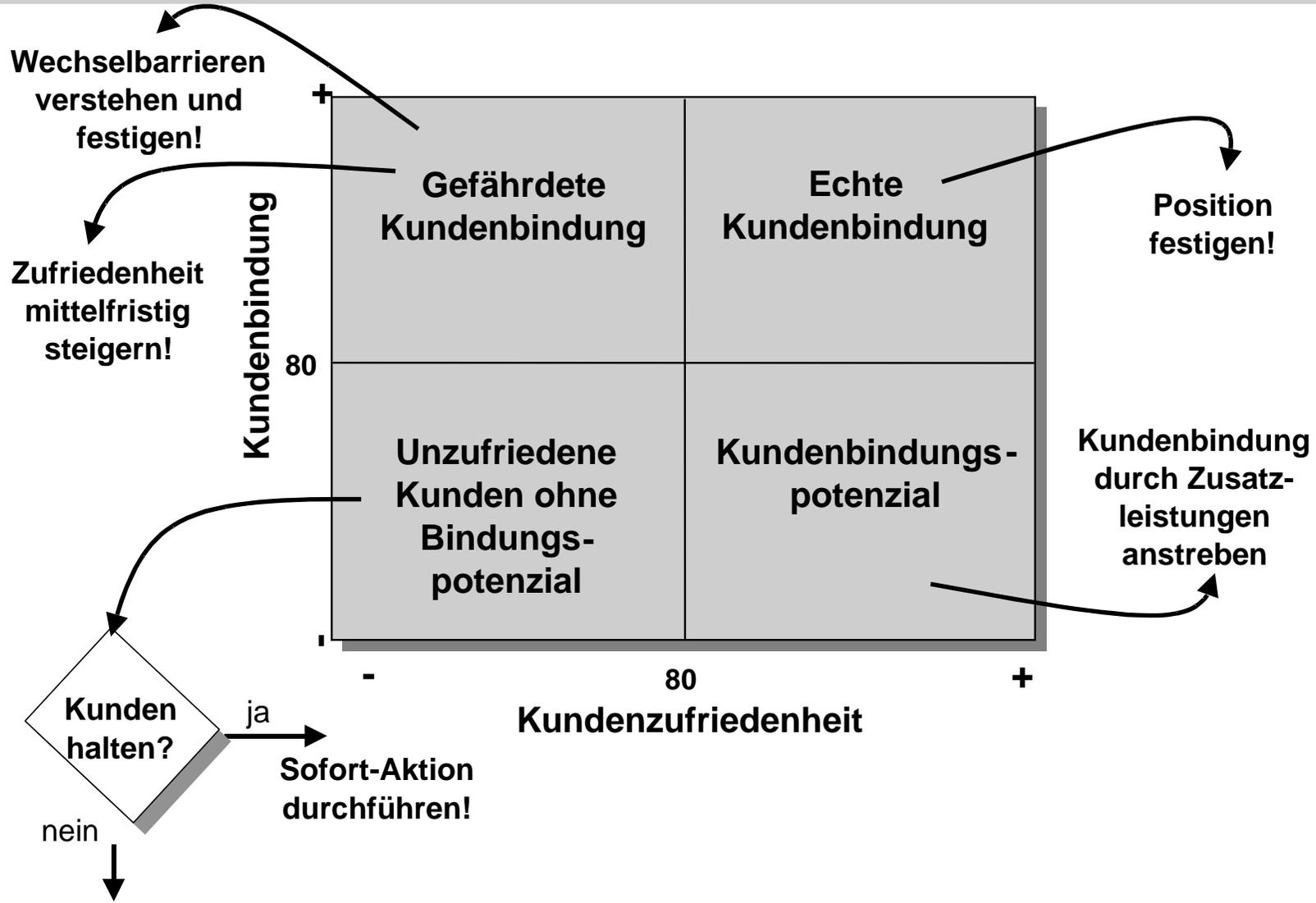
6. ... Beschwerden professionell zu managen (I)

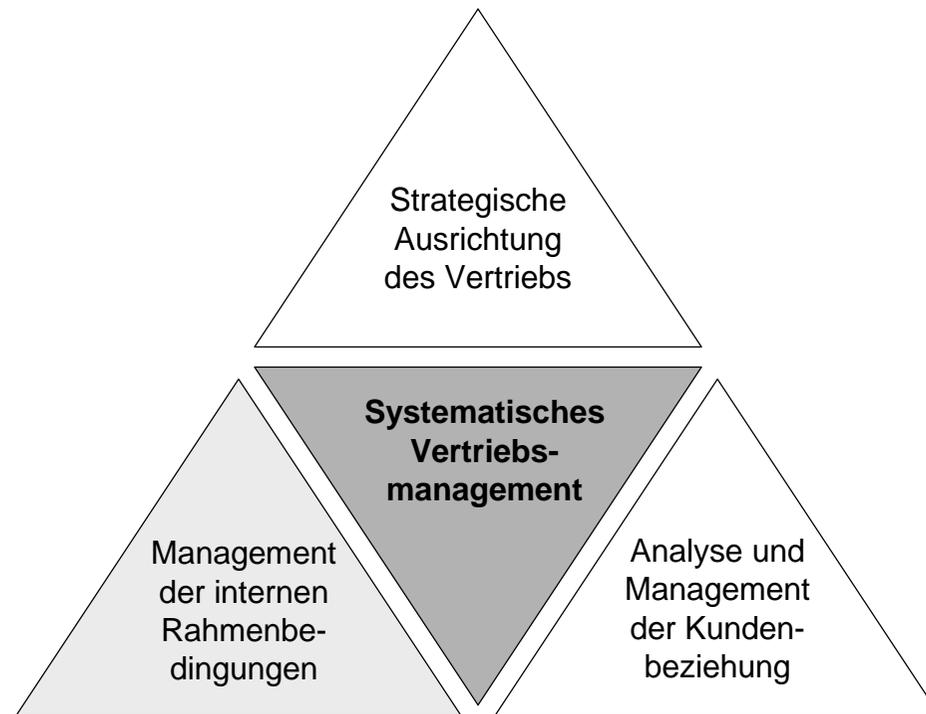


6. ... Beschwerden professionell zu managen (II)

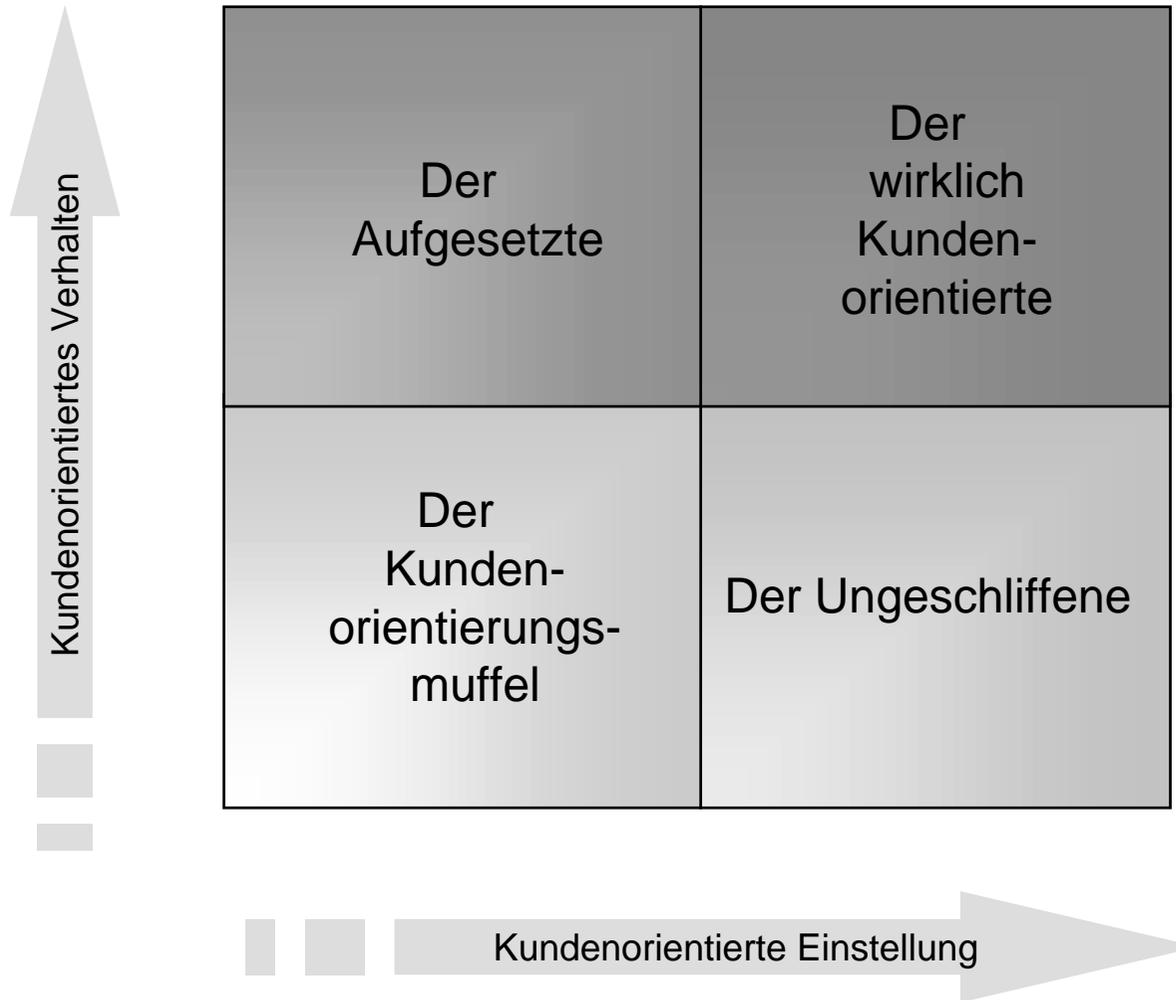


7. ... die Zufriedenheit und die Loyalität der Kunden zu managen





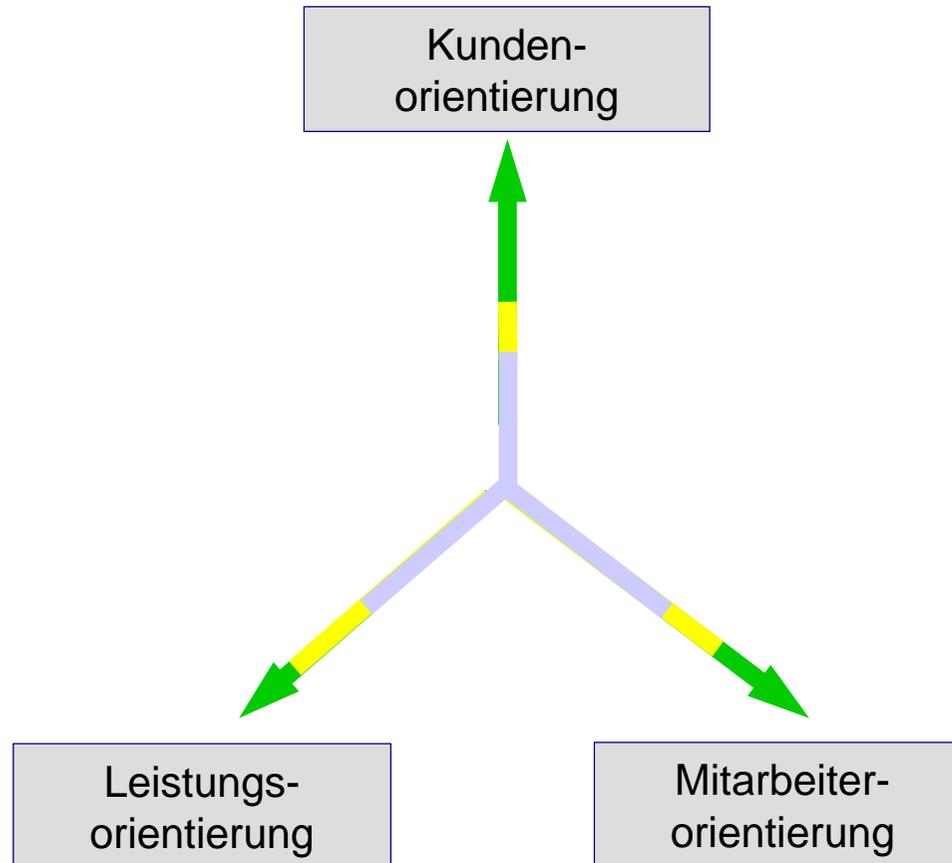
8. ... die Kundenorientierung der Mitarbeiter zu analysieren und zu managen



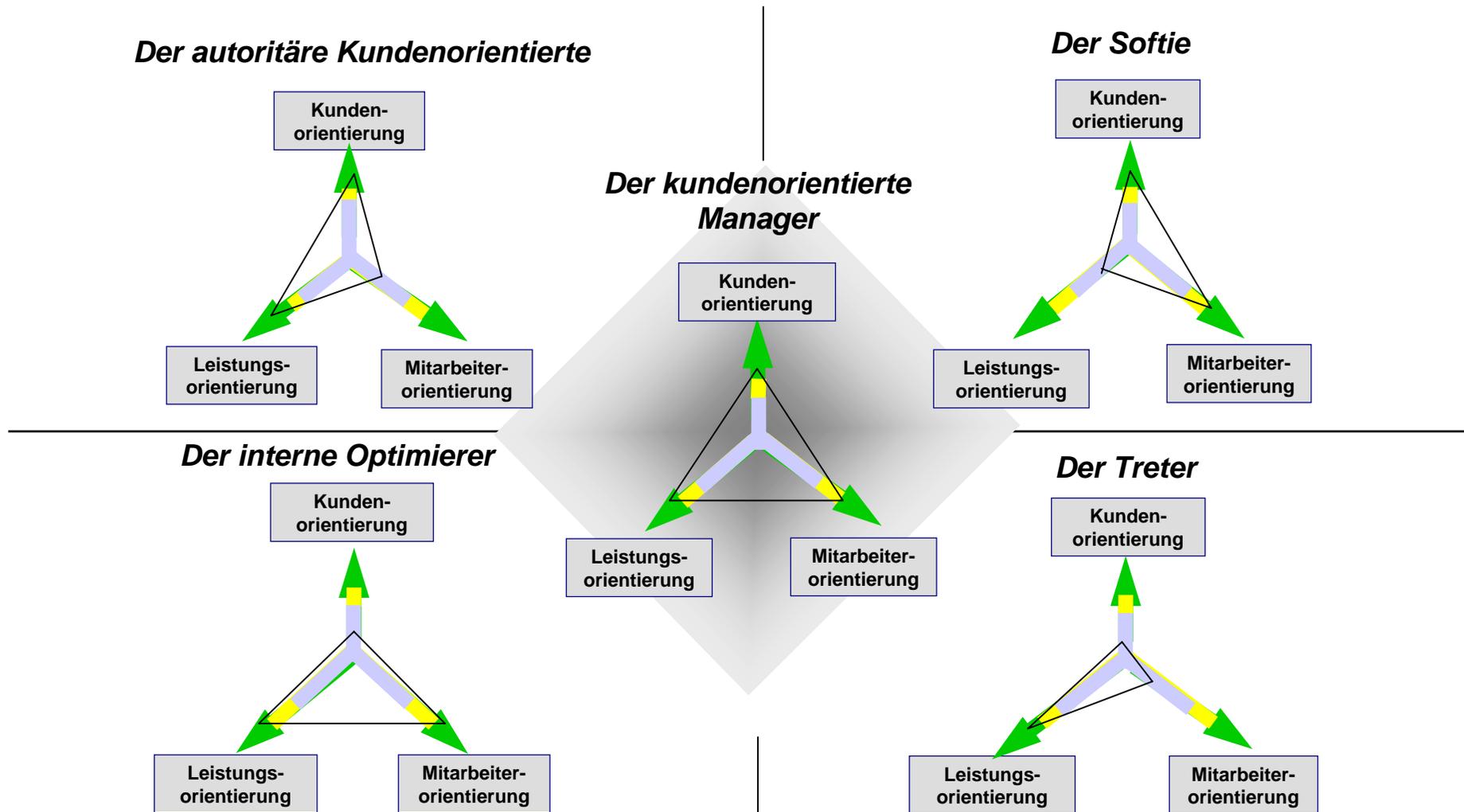
Systematisches Vertriebsmanagement bedeutet, ...

**9. ... Vertriebsorientierung an allen Schnittstellen
zum Kunden sicherzustellen**

10. ... durch entsprechendes Führungsverhalten die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter langfristig zu fördern (I)



10. ... durch entsprechendes Führungsverhalten die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter langfristig zu fördern (II)



Systematisches Vertriebsmanagement bedeutet, ...

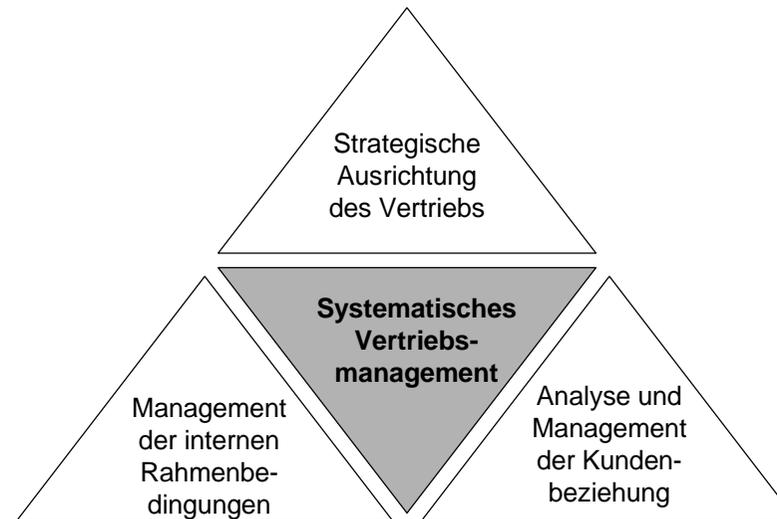
**11. ... Leistungsanreize durch variable Vergütung
zu schaffen**

Systematisches Vertriebsmanagement bedeutet, ...

**12. ... dem Vertrieb ein starkes internes Standing
zu geben**

Systematisches Vertriebsmanagement bedeutet, ...

1. ... die Kunden bedürfnisorientiert zu segmentieren
2. ... unterschiedlich wichtige Kunden unterschiedlich intensiv zu betreuen



8. ... die Kundenorientierung der Mitarbeiter zu analysieren und zu managen
9. ... Vertriebsorientierung an allen Schnittstellen zum Kunden sicherzustellen
10. ... durch entsprechendes Führungsverhalten die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter langfristig zu fördern
11. ... Leistungsanreize durch variable Vergütung zu schaffen
12. ... dem Vertrieb ein starkes internes Standing zu geben
3. ... die kundenbezogene Profitabilität zu ermitteln
4. ... die Potenziale von Value-Added-Services zu nutzen und diese Value-Added-Services professionell zu managen
5. ... Cross-Selling-Potenziale zu erkennen und zu erschließen
6. ... Beschwerden professionell zu managen
7. ... die Zufriedenheit und die Loyalität der Kunden zu managen

Vertiefende Literatur



Das neue Standardwerk zum Marketing- und Vertriebsmanagement!

Homburg, Ch., Krohmer, H. (2003),

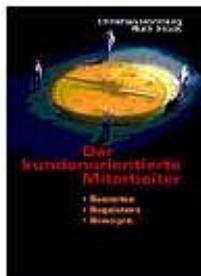
Marketingmanagement: Strategie, Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung,
Wiesbaden.



Das praxiserprobte Gesamtkonzept für professionelles Vertriebsmanagement!

Homburg, Ch., Schäfer, H., Schneider, J. (2003),

Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System,
3. Auflage, Wiesbaden.



Der systematische Ansatz zur Bewertung und Steigerung der Kundenorientierung von Mitarbeitern!

Homburg, Ch., Stock, R. (2001),

Der kundenorientierte Mitarbeiter: Bewerten, Begeistern, Bewegen,
Wiesbaden.

Ansprechpartner



Prof. Dr. Christian Homburg
Lehrstuhl für ABWL und Marketing I
Universität Mannheim
L 5, 1
68131 Mannheim

Tel.: +49 (621) 181 – 1555
Fax: +49 (621) 181 – 1556

Prof.Homburg@bwl.uni-mannheim.de
www.lehrstuhl-homburg.de



Prof. Homburg & Partner
Willy-Brandt-Platz 7
68161 Mannheim

Tel.: +49 (621) 1582 – 0
Fax: +49 (621) 1582 – 102

contact@homburg-und-partner.de
www.homburg-und-partner.de