

Strategische Ausrichtung Vertrieb



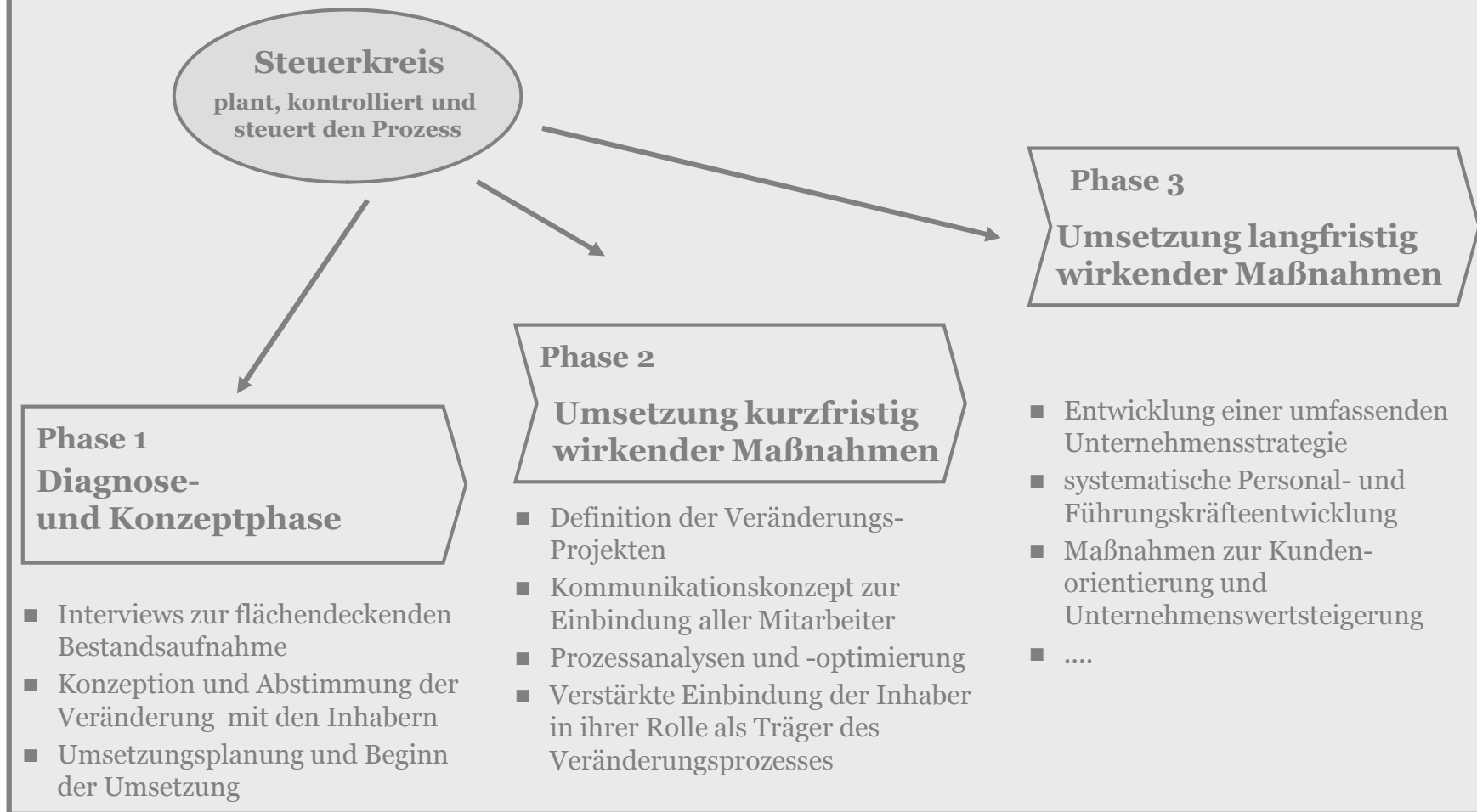
Michael Lindemann
Eppstein, den 20.09.2010

Vorschlag zur strategischen Ausrichtung

- Notwendigkeit
- Phasen der strategischen Ausrichtung Vertrieb
- Phase 1: Diagnose und Konzeptphase
- Phase 2: Umsetzung kurzfristig wirkender Maßnahmen
- Phase 3: Umsetzung langfristig wirkender Maßnahmen
- Inhaber-Coaching; Kick-Off-Meeting
- Verkäufertraining
- Investition

Phasen der strategischen Ausrichtung Vertrieb

Der Prozess lässt sich in 3 Phasen unterteilen



Phase 1: Diagnose und Konzeption

Ziele der Phase 1:

- Steuerkreis und Berater haben ein gemeinsames und umfassendes Bild der aktuellen Situation
- Das Konzept, die Ziele und Kernaktivitäten sind erarbeitet, abgestimmt und kalkuliert

Folgende Aktivitäten sind notwendig:

- Interviews zur flächendeckenden Bestandsaufnahme der aktuellen Situation durch Berater
- Verdichtung der Ergebnisse und Ableitung von Handlungsfeldern sowie Planung der Prozessarchitektur
- Definition des Steuerkreises zur Planung, Kontrolle und Steuerung des Integrationsprozesses
- Umsetzungsplanung und Beginn der Umsetzung mit Aktionsworkshop (verbindliche Festlegung der Ziele, Definition von Handlungsfeldern, Zeit- und Budgetplanung usw.)

Aufwand in Beratertagen:

- 1 AT Interviews
- 1 AT Feinkonzeption
- 1 AT Aktionsworkshop mit Inhaber

Phase 2: Umsetzung kurzfristig wirkender Maßnahmen

Ziele der Phase 2:

- Schnelle Erfolge realisieren und für den Prozess kritische Handlungsfelder aufgreifen
- Prozesssteuerung etablieren

Folgende Aktivitäten sind möglich:

- Definition von ca. 3 Projekten in Vertrieb und Verwaltung mit gemischter Zusammensetzung, verantwortlichem Projektleiter und Paten aus Steuerkreis
- Kommunikationskonzept zur regelmäßigen Information und Einbindung aller Mitarbeiter
- Prozessanalysen und -optimierung der Verwaltungsprozesse
- Schulung der Führungskräfte bis Ebene Abteilungsleiter als Träger des Integrationsprozesses
- usw.

**Abhängig von Abstimmungen
in Phase 1**

Aufwand in Beratertagen:

Abhängig von den konkreten Vorhaben und Form der Beraterunterstützung

Phase 3: Umsetzung langfristig wirkender Maßnahmen

Ziele der Phase 3:

- Überführung des Prozesses in einen kontinuierlichen Lern- und Entwicklungsprozess der Organisation (Lernen für zukünftige Veränderungen)

Folgende Aktivitäten sind möglich:

- Entwicklung und Umsetzung einer umfassenden Unternehmensstrategie unter Berücksichtigung der Zielgruppen Kunden, Mitarbeiter und Anteilseigner
- Systematische Personal- und Führungskräfteentwicklung, bei der gezielt Potenziale für die Zukunft entwickelt und gefördert werden
- Maßnahmen zur Etablierung einer kundenorientierten Unternehmenskultur in Vertrieb und Verwaltung
- Etablierung einer Kultur der systematischen und nachhaltigen Unternehmenswertsteigerung
- usw.

**Abhängig von Abstimmungen
in Phase 1**

Aufwand in Beratertagen:

Abhängig von den konkreten Vorhaben und Form der Beraterunterstützung

Kick-Off-Meeting mit den Inhabern

- Mit den Entscheidungsträgern wird der konkrete Ablauf, die Inhalte und die Ziele für sich selbst und die Verkäufer erarbeitet und festgelegt.
- Detailliert wird festgehalten, welche Führungs- und Verkaufstechniken nach den Arbeitssitzungen von den Teilnehmern beherrscht + angewendet werden sollen.
- Es werden Richtlinien zur Umsetzungssicherung und Kriterien / Kennzahlen zur Erfolgskontrolle erarbeitet und festgehalten.

Themenvorschläge als kurzfristig wirkende Maßnahme sind:

- Joker-Systematik. Die Führungskraft als Abschlusshilfe
- Kurztrainings zur nachhaltigen Beherrschung der Verkaufstechniken
- Abfangjäger durchführen lassen
- Frühbesprechungen motivierend leiten
- Motivierendes Nachhalten der Umsatzsteigerungstrainings
- Management-Regelkreis: Ziele setzen und vereinbaren, Kontrolle und Anerkennung und Rückmeldung über das Leistungsverhalten geben
- Motivation der Verkäufer
- Lagebesprechung nach einem Verkaufsgespräch mit dem Verkäufer

Diese Strategien dienen auch zur schnellen Umsatzsteigerung

Exemplarische Umsatzsteigerungs-Themen sind:

- Die Joker-Systematik – Die Führungskraft als Abschlusshilfe
- Kurztrainings - Die Führungskraft als Multiplikator
- Frühbesprechungen für AL´s und Verkäufer motivierend leiten
- Abfangjäger – Nichtkaufende Besucher am Ausgang abfangen
- Nachsorgeservice – Auslieferungen nachtelefonieren und Empfehlungsgeschäft einleiten
- Ansprechen der Kunden
- Wünsche der Kunden erfragen
- Mit Präsentationstricks die Kunden begeistern
- Preisverhandlung
- Abschlusstechniken und Einwandbehandlung
- Mehrwert verkaufen
- Klasse an der Kasse
- Freundlichkeit der Verkäufer, Warenausgabe und Auslieferer
- Zusatzverkäufe durch die Auslieferer

Investition

Bestandsaufnahme und Diagnose im Möbelhaus 1 Tag
Aufarbeitung und Verdichtung der Informationen und Konzeptentwicklung 1 Tag
Inhabertrainings und Strategieentwicklung 8 x 1/2 Tage = 4 Tage vor Ort

Verkäufertrainings 2 Gruppen a 8 x 1/2 Tage = 4 Tage vor Ort
Nachbetreuung nach 6 Monaten und 12 Monaten je 1 Tag = 2 Tage
Individuelle Abend-Besprechungen zur Umsetzung ca. 6
Gesamtaufwand: 12 Tage
Gesamtinvestition € 25.000,-- zzgl. Ges. MwSt.