

LEAN SALES

Vertriebsexzellenz im schlanken Unternehmen



STAUFEN.

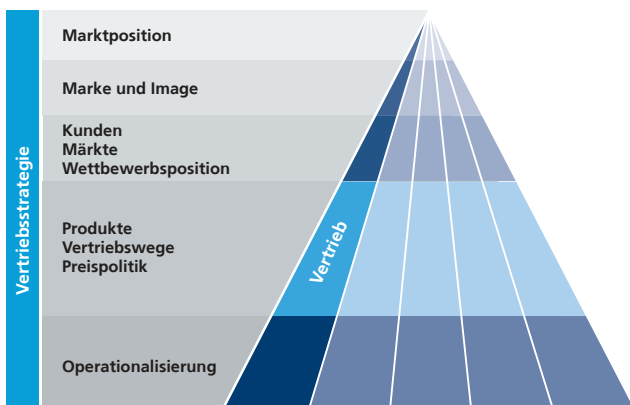
IHR PARTNER
AUF DEM WEG ZUR SPITZENLEISTUNG

Der Kundennutzen steht im Mittelpunkt.

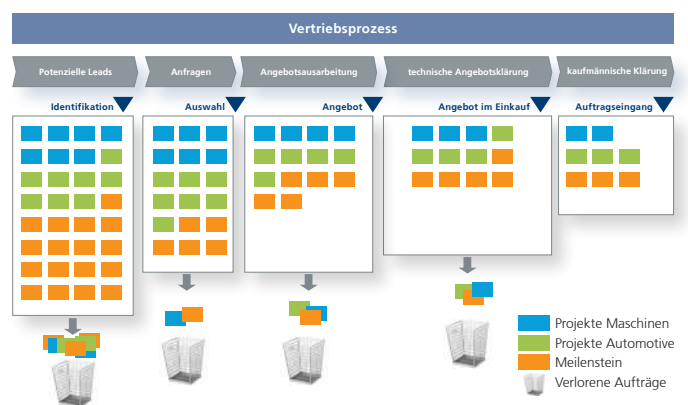
EXZELLENTER UNTERNEHMEN STEIGERN IHREN VERKAUFSERFOLG DURCH DIE KONSEQUENTE UMSETZUNG VON LEAN METHODEN IM VERTRIEB.

LEAN SALES schafft Transparenz und Messbarkeit in Vertriebsprozessen, so dass die vorhandenen Ressourcen zielgerichtet eingesetzt werden und Verschwendung vermieden wird. Dabei stehen neben dem Methodeneinsatz die Entwicklung von Vertriebsmitarbeitern und Führungskräften sowie die Fokussierung auf die tatsächlichen Kundenerwartungen im Mittelpunkt.

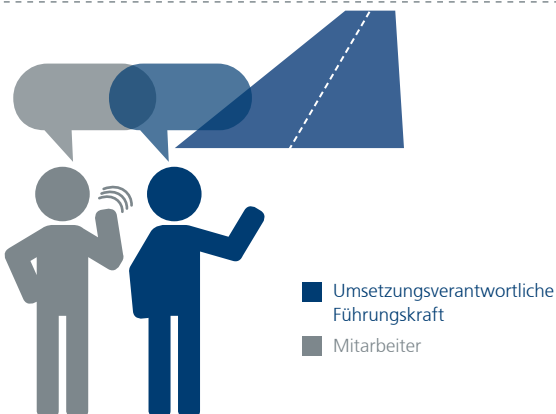
Zunehmender Wettbewerbsdruck, sich dynamisch verändernde Märkte und kürzere Entscheidungsprozesse stellen den Vertrieb vor neue Herausforderungen. Strategische Ziele konsequent zu realisieren, mit den vorhandenen Ressourcen mehr Aufträge abzuschließen und bei Abweichungen und Problemen kurzzyklisch reagieren zu können erfordert eine Abkehr von der klassischen Vertriebssteuerung. Dabei wandelt sich auch die Rolle der Führungskraft. Entscheidungen werden auf Basis von Zahlen, Daten und Fakten getroffen und die Problemlösungskompetenz der Mitarbeiter wird systematisch weiterentwickelt. Dabei muss der Vertrieb stets den gesamten Wertstrom im Sinne des Kunden im Blick haben.



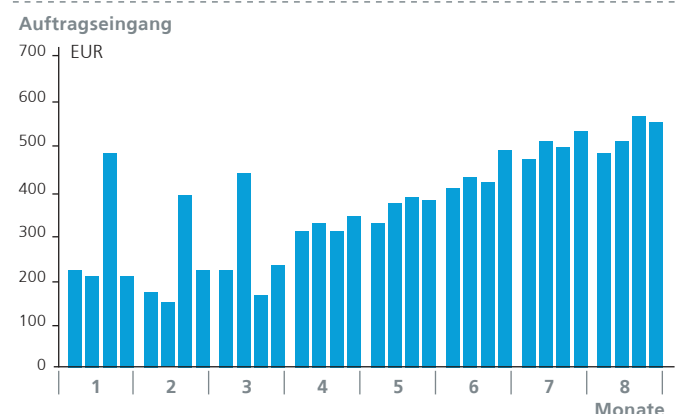
Sicherstellung der Zielerreichung durch systematische Operationalisierung der Vertriebsstrategie



Schaffung von Transparenz durch visuelles Management



Stärkung der Führungsleistung durch Coaching und Aufbau von Problemlösungskompetenz



Steigerung des Vertriebserfolges durch quantifizierbare Maßnahmen

Klassische Vertrieboptimierung

- > Erhöhung Marketingbudget
- > Intensivierung Verkaufsaktivitäten
- > Austausch Vertriebsmannschaft
- > Entscheidungen „aus dem Bauch“
- > Einführung eines neuen CRM Systems
- > Schulung und Training der Vertriebsmannschaft
- > Funktionsorientierung



Lean Sales Ansatz

- > Steigerung der „customer face time“ (Gemba)
- > Fokussierung der Vertriebsaktivitäten
- > Stärkung der Führungsleistung und Problemlösungskompetenz
- > Entscheidung auf Basis von Zahlen, Daten, Fakten
- > Kurzyklische Kommunikation und Einleitung von Maßnahmen
- > Qualifikation auf Basis des Mentor-Mentee Prinzips am Ort des Geschehens
- > Wertstromorientierung des Vertriebs

Im schlanken Vertrieb steht die Steigerung der Effizienz und Effektivität durch konsequente Vermeidung von Verschwendung im Sinne maximaler Kundenorientierung im Fokus.



Der Lean Sales Ansatz umfasst 8 Handlungsfelder, die Auftragseingangs- sowie Ertragspotenziale systematisch erschließen.

1_ Vertriebsstrategie:

Richten Sie Ihre Kapazitäten und Vertriebsaktivitäten strategisch auf Märkte und Kunden mit Potenzial aus.

2_ Vertriebsprozess:

Vermeiden Sie Verschwendung durch intensive Angebots- und Auftragsklärung, einen schlanken, zuverlässigen Planungs- und Forecast-Prozess sowie die systematisierte Markteinführung neuer Produkte.

3_ Vertriebsorganisation:

Orientieren Sie Ihre Vertriebsorganisation am Wertstrom, bedienen Sie Schlüsselkunden gezielt durch Key Account Management und implementieren Sie Vertriebskanäle auf Basis strategischer Entscheidungen.

4_ Führungsinstrumente:

Führen Sie auf Basis von Zahlen, Daten und Fakten durch Visuelles Vertriebsmanagement, fördern Sie Lean-Orientierung im Außendienst durch geeignete Incentivierung, machen Sie Controlling- und Kalkulationsprozesse transparent.

5_ Kundenbeziehungsmanagement:

Überprüfen Sie die Zufriedenheit und Erwartungen Ihrer Kunden regelmäßig, steigern Sie Kundenzufriedenheit durch Serviceorientierung, priorisieren Sie Ihre Vertriebsaktivitäten.

6_ Auftragsabschluss:

Identifizieren und erschließen Sie Zielmärkte und Zielkunden systematisch, entwickeln sie Leads mit hoher Trefferquote zu Kunden, stellen Sie die Bestandskundenbindung im Service sicher.

7_ Produktmanagement und Pricing:

Analysieren Sie die Profitabilität Ihres Produktportfolios, bestimmen Sie die strategische Preispositionierung von Produkten und Komponenten, entwickeln Sie Ihr Portfolio in Vertrieb und Service gezielt weiter.

8_ Qualifizierung im Vertrieb:

Stellen Sie die gezielte Weiterentwicklung Ihrer Mitarbeiter und Führungskräfte durch kurzykliches Feedback und Coaching sicher.

Praxisbeispiel

STÄRKUNG DER AKQUISELEISTUNG DURCH **LEAN SALES**

Branche:

- > Metallverarbeitung
- > 4 Standorte
- > ca. 600 Mitarbeiter
- > 4 Verkäufer
- > 60 Mio. Umsatz

Das Projekt im Kundenurteil

- > Die Kultur im Unternehmen hat sich verbessert
- > Das Unternehmen bewegt sich nun in die richtige Richtung
- > Die Abteilungen in den Werken sind mit dem Vertrieb besser zusammengewachsen
- > Ein Überblick über den aktuellen Stand im Vertrieb ist jederzeit möglich
- > Der Vertrieb fokussiert sich auf die wichtigen Themen
- > Das Unternehmen hat neue Kunden gewonnen

Projektziel:

Zielsetzung war es, den Auftragseingang im laufenden Geschäftsjahr bei verbesserter Profitabilität durch exzellente Prozesse und Qualifikation im Vertrieb um 15% zu steigern. Die Vertriebsstrategie des Unternehmens sollte geschärft und mittels Kennzahlen ein messbarer Vertriebsprozess entwickelt werden. Ein Schwerpunkt im neuen Vertriebsprozess lag auf der Fokussierung auf die richtigen Kontakte und Anfragen.

Projektergebnisse:

Die Vertriebsstrategie für die jeweiligen Standorte wurde anhand deren Kernkompetenzen sowie der jeweiligen Markt- und Wettbewerbssituation herausgearbeitet. Für die Vertriebsmitarbeiter wurden klare Aufgaben-, Kompetenz- und Verantwortungsprofile abgeleitet, Quality-Gates definiert und diese mittels Kennzahlen messbar gemacht.

An dem gemeinsam entwickelten Management Board wird der Idealprozess visualisiert. Sämtliche neue Anfragen und bestehenden Projekte sind priorisiert und am Board visualisiert, so dass deren jeweiliger Status und etwaige Kapazitätsengpässe auf einen Blick ersichtlich sind. Der Fokus wird dabei auf die Identifikation gewünschter Zielkunden für die jeweiligen Kompetenzen der verschiedenen Standorte gelegt. So können potenzielle Kunden und Anfragen nach deren Realisierungswahrscheinlichkeit selektiert und priorisiert werden. Der Vertrieb konzentriert sich auf die „wertvollen“ Kontakte, die Abschlussquote steigt.

STAUFEN.

DEUTSCHLAND

STAUFEN.AG

Beratung.Akademie.Beteiligung

Blumenstraße 5
D-73257 Köngen

kontakt@staufen.ag
www.staufen.ag

STAUFEN.AG

Beratung.Akademie.Beteiligung

Kranhaus 1 . Im Zollhafen 18
D-50678 Köln

kontakt@staufen.ag
www.staufen.ag

SCHWEIZ

STAUFEN.AG

Buckhauserstrasse 1
CH-8048 Zürich

contact.ch@staufen.ag
www.staufen.ag