

## Fallbeispiel: Vertrieboptimierung für einen EMS-Dienstleister unter Berücksichtigung der Wettbewerbsfähigkeit.

### Ausgangssituation:

- Unternehmen des produzierenden Gewerbes mit einem Standort in Deutschland
- Kürzlich Änderung der Gesellschafter -und Geschäftsführer Struktur und demzufolge eine Neuausrichtung der Vertriebsmannschaft bzw. des Kundenstamms
- Keine Segmentierung im Vertrieb, dadurch hoher Koordinationsbedarf und uneinheitliche Strategie im Vorgehen
- Umsatz- und Deckungsbeitragsentwicklung liegen unter Plan; erwartete Deckungsbeitragslücke für das kommende Geschäftsjahr sollen durch Neukundengeschäft geschlossen werden
- Unklar: Was sind die zentralen Maßnahmen, die der Vertrieb schnell ergreifen muss, um die Umsatz- und Deckungsbeitragslücke zu schließen?

### Vorgehen:

- Durchführung eines 2-tägigen Workshops im Hause
- Arbeitsgruppe besteht aus 10 Fachexperten aus Geschäftsführung, Vertrieb, Vertriebsinnendienst, Marketing, Entwicklung, Finanzen, Personal und Produktion
- Zu lösende Kernfrage im Workshop war: Welche Stärken hat das produzierende Unternehmen und wo liegt der USP vom Unternehmen

### Ergebnis:

- In den 2 Tagen analysiert das Team die Ist Situation und identifiziert die wichtigsten Stellhebel zur strategischen Vertriebsausrichtung
- Das Resultat sind unter anderem, zehn Vertriebsziele und die daraus folgenden Maßnahmen für das kommende Jahr
- Überprüfung Markt-Segment: Medizintechnik und Auslotung durch externe Marktanalyse
- Softskills: ein starker Teamgeist wird geschaffen
- Ein Maßnahmenplan für alle Punkte ist verabschiedet und wird durch die Geschäftsführung freigegeben
- Die vom Team erarbeiteten Maßnahmen werden umgehend in die Organisation überführt und implementiert