MEHR VERTRIEBSERFOLG DANK OPTIMALER GEBIETSSTRUKTUR

Wenn Sie Ihren Vertrieb optimieren oder neu aufstellen möchten, müssen Sie frühzeitig mit einer soliden Projektplanung beginnen. Denn wie jede Reform gelingt auch diese nicht über Nacht. Viele Beteiligte sind in diesen Prozess einzubinden.

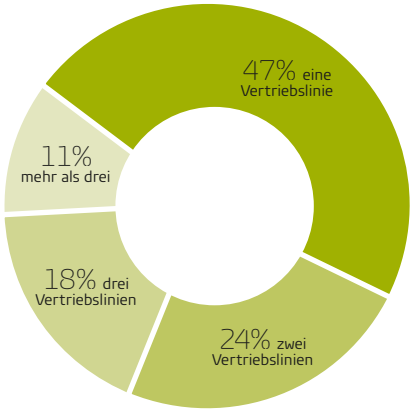
Unsere langjährigen Erfahrungen als Berater für Gebietsplanung zeigen leider, dass viele Unternehmen ihre Gebietsstrukturen zu selten überprüfen. Wer nicht regelmäßig seine Außendienststruktur überprüft, verliert aber garantiert Effizienz, Marktanteile und Zukunftschancen.

Und wie unsere Arbeit immer wieder belegt: Die Effizienzsteigerung durch eine optimierte Vertriebsgebietsstruktur macht schon nach kurzer Zeit die Umstellungskosten wieder wett!

Wir haben in unserer Firmengeschichte hunderte von Unternehmen bei ihrer Vertriebsneuaufstellung erfolgreich begleitet – mit Spezialwissen, fundierten Methoden und Fingerspitzengefühl.

ANZAHL DER VERTRIEBSLINIEN

53% MEHR ALS EINE



Quelle der Grafiken:
GfK Studie zur Gebietsplanungspraxis

GEBIETSOPTIMIERUNG IST HEUTE EINFACH UND SCHNELL WIE NIE

Die eigentliche Planung ist dank moderner Planungstools eine Sache von wenigen Stunden. Kniffliger wird es bei parallelen oder internationalen Vertriebsschienen und mehrstufigen Gebietshierarchien. Am anspruchsvollsten ist jedoch immer die Abstimmung unter allen Beteiligten. Da geht es um Gebietsschutz, Provisionen und Key Account-Pflege.

Man braucht viel Erfahrung, einen objektiven Blick und eine gute Portion Diplomatie, um alle Mitarbeiter für die anstehenden Änderungen zu gewinnen. Für Experten von außen ist das oft einfacher. Und wir untermauern die gemeinsam mit den Planungsverantwortlichen entworfenen neuen Szenarien mit objektiven Daten und anschaulichen Karten.

Wir haben durch unseren GfK-Hintergrund die passenden Potenzialdaten, die wir auf Wunsch in die Planung einbeziehen.

Ablauf einer GfK-Vertriebsgebietsplanung

1. ***Vorgespräch und Auftaktworkshop***
   Zeitplan, Planungsziele und Datengrundlagen
2. ***Aufbau eines Datenmodells***
   Ist-Analyse, Potenzialberechnung, Stärken-Schwächen-Analyse, etc.
3. ***Ergebnispräsentation***
   Breite Beteiligung, Sachverstand verdeutlichen, Feedback ermöglichen
4. ***Planungsworkshop***
   Priorisierung der Zielkriterien, Szenarien-Modellierung, Entwurf einer optimalen Struktur
5. ***Handlungsempfehlungen***
   Ergebnispräsentation, Realisierungszeitplan und Dokumentation
6. ***Implementierungsphase***
   Individuelle Vertriebsvorgaben, Zielvereinbarungen und Umsetzung
7. ***Erfolgsanalyse***
   Soll-Ist-Abgleich, Kundenresonanz, Feintuning

VERÄNDERUNGEN MANAGEN STATT DARAUF ZU REAGIEREN

Faire Aufteilung überzeugt die Skeptiker
Zentrale Frage für alle Unternehmen ist die nach den primären Zielkriterien, die es bei der Planung zu verfolgen gilt. Die Erfahrung aus hunderten von Gebietsoptimierungen, die unsere Experten begleitet haben, zeigt klar: Die besten Ergebnisse erzielt die Planung nach ausgeglichenem – d.h. fair auf die Verkaufsregionen verteiltem – Marktpotenzial. Denn nur so kann ein Unternehmen sicher sein, den regional oft sehr unterschiedlichen Markt wirklich effizient auszuschöpfen. Und: Die Motivation der Mitarbeiter steigt rasant, wenn sie nachvollziehen können, dass das Potenzial für sie fair verteilt und gut erreichbar ist.

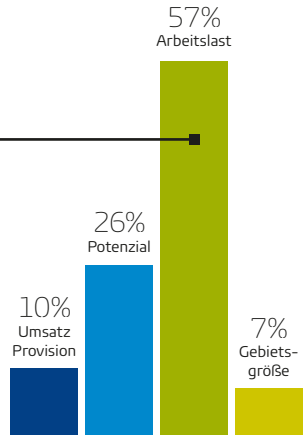
Umstrukturierungen erfordern solides Management
Angesichts der Vielzahl an Kriterien und Beteiligten, die es zu berücksichtigen gilt, ist ein halbes Jahr ein gesunder Planungshorizont. Auch wenn wir in „Notfällen" Umstrukturierungen schneller ausführen können.

Mit einem sorgsam vorbereiteten und von unseren Experten begleiteten Umstellungsprozess sowie dem Einsatz moderner Planungstools können Unternehmen sicher stellen, dass eine Gebietsreform nicht in internen Grabenkämpfen und Angst vor Veränderung versandet.

Mit dem richtigen Wissen und den richtigen Begleitern können Sie Marktveränderungen aktiv gestalten und zu Ihrem Vorteil nutzen. Eine regelmäßige Überprüfung der bestehenden Vertriebsstrukturen ist dabei der Schlüssel zum Erfolg.

STUDIEN-ZEITRAUM 2 JAHRE

57% PLANEN NACH ARBEITSLAST



UNSERE ARBEITSWEISE

Wir begleiten und beraten Sie im gesamten Prozess der Vertriebsneuaufstellung, von der Erfassung der IST-Situation bis zur Implementierung und der Erfolgsanalyse.

Wir sorgen für Transparenz und Objektivität und unterstützen den Planungsverantwortlichen so bei der anspruchsvollen Aufgabe der Veränderungskommunikation und der Implementierung von Neuerungen.

Wir dokumentieren alle Planungsschritte und die Ergebnisse der Workshops und sind für unsere Ansprechpartner auch in den Phasen dazwischen und danach erreichbar.

Wir sprechen konkrete Empfehlungen auf Basis unserer langjährigen Planungserfahrung in Unternehmen aller Branchen aus.

Und wir sind dabei flexibel und arbeiten genau nach Maßgabe unserer Kunden – schnell, diskret und mit viel Fingerspitzengefühl!

Stimmen unserer Kunden:

» „Wir greifen immer wieder gerne auf die Beratungsservices von GfK GeoMarketing bei unserer Gebietsplanung zurück, da die Berater über einen riesigen Erfahrungsschatz verfügen und bei schwierigen Entscheidungen einfach einen klaren und objektiven Blick für die nötigen Änderungen mitbringen."

Jürgen Scharka, Vertriebsleiter bei Chantelle Lingerie

» „Für Dr. C. Soldan war die Reorganisation im Direktvertrieb nach dem Prinzip der Potenzialausschöpfung ein Meilenstein im Planungsprozess."

Alexander Kirsten, Jun. Key Account Manager, Dr. C. Soldan

» „Ihre Unterstützung war nicht nur sehr hilfreich, sondern wirklich mehr, als ich erwartet habe."

Thomas Haidvogl, Vertriebscontrolling,
Schachermayer-Großhandelsgesellschaft m.b.H.

FRAGEN?

Gerne begleiten wir Sie bei Ihrer Vertriebsgebietsplanung mit unserem Expertenwissen: T +49 7251 9295 200 | geomarketing@gfk.com

Weitere Informationen unter: **www.gfk-geomarketing.de/gebietsplanung**

GfK GeoMarketing GmbH | Werner-von-Siemens-Str. 9
Gebäude 6508 | 76646 Bruchsal | GERMANY

GfK. Growth from Knowledge