

Vertriebsstrategien



Ausgangspunkt einer Vertriebsstrategie sind die Vertriebsziele. Sie definieren die anzugehenden Marktsegmente, Zielgruppen, Produkt-, Umsatz-, und Deckungsbeitragsvolumina. Basis dafür ist die Unternehmens- oder Marketingstrategie. Die Vertriebsstrategie beschreibt dann, wie die Vertriebsarbeit gestaltet werden muss, damit diese Vertriebsziele auch tatsächlich erreicht werden können.

Die wesentlichen Elemente sind:

1. Die Definition der Verkaufsprozesse/Vertriebskanäle

Verkaufsprozesse sind die Roadmap der Vertriebsarbeit und basieren auf der Buying Journey der jeweiligen Kundenzielgruppen/-segmente. Sie beschreiben die Arbeitsschritte der Verkaufsarbeit, mit denen die Buying Journey der Kunden beeinflusst werden soll und welche Aktivitäten, Qualifikationen und Instrumente für die Durchführung dieser Aktivitäten nötig sind. Anschließend wird über die Auswahl der Vertriebskanäle entschieden, mit denen sich die Prozesse wirkungsoptimal umsetzen lassen.

2. Ausgestaltung der Organisationsstruktur

Für jeden Verkaufsprozess/Vertriebskanal wird die Organisationsstruktur festgelegt, mit der er effizient umgesetzt werden kann, einschließlich der Rollenverteilung und Kommunikationsstrukturen und der erforderlichen Vertriebskapazitäten.

3. Einsatz der Steuerungsinstrumente

Es werden die Parameter und Instrumente definiert, mit denen effizient gemonitort und gesteuert werden kann. Von der Zielsetzung, über das Planungs- und Berichtswesen, CRM, die variable Entlohnung, Incentives, Beurteilungssysteme bis zur zielorientierten Aus- und Weiterbildung.

4. Konzeption unterstützender Maßnahmen

Social Media Support, Messen, Promotions, Veranstaltungen etc., welche die Umsetzung der Verkaufsprozesse unterstützen, werden erarbeitet.

5. Verkaufsverhalten im Kundenkontakt

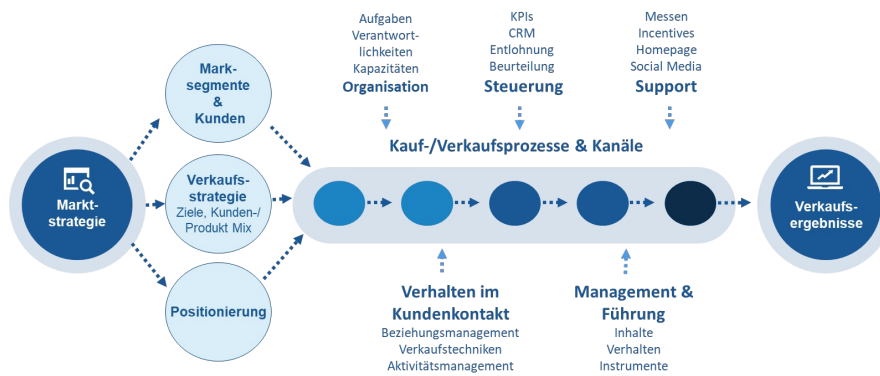
Für die Positionierung, Wertbotschaften, Argumentation und Verhandlungsführung werden Guidelines erstellt.

6. Führung und Management

Instrumente und Methoden zur persönlichen Führung der Mitarbeiter und dem Management der Verkaufsaktivitäten werden angepasst bzw. erarbeitet.

Für eine schlagkräftige Vertriebsstrategie müssen all die genannten Elemente optimal ausgestaltet und synchronisiert werden. Das ist eine der Kernkompetenzen von Mercuri International.

Abbildung Erfolgsfaktoren einer Vertriebsstrategie



MERCURI
international

NÜTZLICHE LINKS

[Datenschutzerklärung](#) [Kooperationspartner](#)

[Impressum](#) [Sustainability](#)

FOLGE UNS

in 

Please upgrade to a [supported browser](#) to get a reCAPTCHA challenge.

[Why is this happening to me?](#)