

# VERTRIEBSKONZEPTION - 1

## Situationsanalyse - Ist-Situation

### Interne Analyse (Stärken und Schwächen)

#### Eigenes Unternehmen:

z.B. Organisation, Mitarbeiter, Finanzlage, Marktleistungen, Kernkompetenzen, USP, Kundenstamm, Handelspartner, Logistik, Produktion, Vertriebsstruktur, Verkaufsleistungen

### Externe Analyse (Chancen und Risiken)

#### Umfeld:

Wettbewerb, Vertriebspartner, Influencer, Marktmacht, Kunden und Motive, Markttrends, Umweltfaktoren, technologische Weiterentwicklung,

## Verkaufsziele

### quantitative Verkaufsziele

z.B. Umsatz, Absatz, DB, Gewinnfaktor, Kosten, Gewinn, ...

### Qualitative Verkaufsziele

z.B. Image, Wissen, Kunden-zufriedenheit, Servicequalität, Reaktionsschnelligkeit

## Verkaufsstrategie

### Produkt- /Leistungsstrategie - Produktselektion

Produkt- /Markt-Matrix von Ansoff  
BCG-Matrix  
Kernkompetenzen/USP  
Programmstruktur-analyse  
Lebenszyklusstrategie

### Markt- und Kundenstrategie - Kundenselektion

Marketingstrategie  
Kundenzufriedenheit  
Kundenbindung  
Kundenwert  
Wettbewerbsstrategien

### Markt- und Kundenbearbeitung - Verkaufskontakte

Kontaktform-  
Verkaufsform – **Wie?**  
Kontaktqualität –  
Kontaktdauer – **Wie genau?**  
Kontaktquantität – **Wie oft?**  
Persönlich, Medien-gestützter, Medien-geführter Verkauf

# VERTRIEBSKONZEPTION – 2

## Verkaufspläne

Primäre Verkaufspläne (Ressourcenpläne)      Sekundäre Verkaufspläne (Infrastrukturpläne)

<b>Umsatzpläne</b> Produkte Kunden Regionen Zeiteinheiten AD-Gebiete ....	<b>Einsatzpläne</b> Gliederungspläne Zeitpläne Reisepläne Verkaufsstufenpläne Jagdkarten ....	<b>Organisationspläne</b> Aufbauorganisation Ablauforganisation Prozesse	<b>Personalpläne</b> Selektionspläne Einführungspläne Motivationspläne (Entlohnung) Ausbildung	<b>Verkaufshilfenpläne</b> Präsentationshilfsmittel Informationshilfsmittel Checklisten
---	---	---	--	--

## Verkaufsbudget

<b>Erlös</b> aus dem Trendmonitoring	<b>Vertriebskosten</b> Kommunikation, Spesen, Hilfsmittel	<b>Personalkosten</b> Löhne, Gehälter, Prämien, ...	<b>Betriebskosten</b> Einrichtung, Energie, Miete, ...
---	--	--	---

## Verkaufskontrolle

<b>Quantitative Verkaufszahlen</b> z.B. Umsatz, Absatz, DB, Kosten, Gewinn, ...	<b>Qualitative Verkaufszahlen</b> z.B. Image, Wissen, Einstellung, Kundenzufriedenheit, ...
--	--