

Vertriebs-Monitor

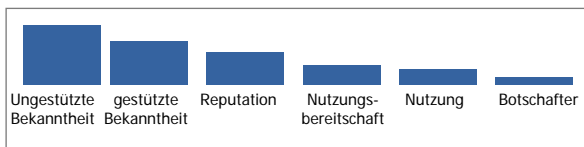
Messung der Marktbearbeitung

Die Grundidee

Mit dem Vertriebs-Monitor wird analysiert, wie erfolgreich ein Anbieter die für ihn relevante Zielgruppe ansprechen, akquirieren und als Kundschaft behalten kann.

Das Vorgehen

Die relevante Zielgruppe für einen Anbieter wird Schritt für Schritt von der Bekanntheit bis zur Weiterempfehlung analysiert.



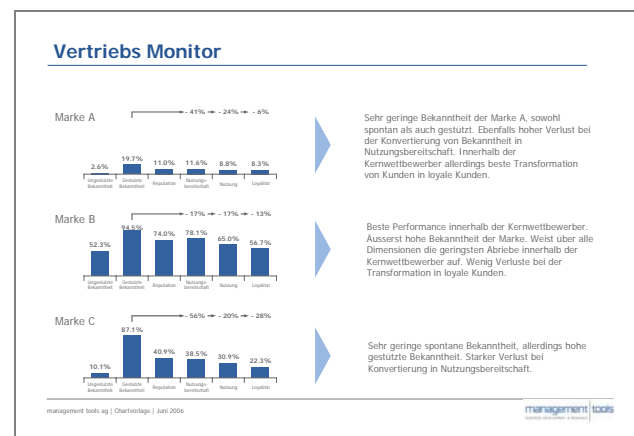
Modell des Vertriebsmonitors

Hierfür werden für jede Stufe des Kundenbeziehungs-pfades Verlustwerte (in %) errechnet. Diese informieren über den Anteil der Zielgruppe, die ein Anbieter nicht von einer Dimension auf die nächste überführen kann. Dadurch wird ersichtlich, wo und wie viel ein Anbieter in Marketing und Vertrieb im Vergleich zum Wettbewerb gewinnt oder verliert.

Das Resultat

Der Vergleich mit der Konkurrenz und / oder weiteren Messzeitpunkten ermöglicht es, Massnahmen für Marketing, Kommunikation, Akquisition, Kundenpflege und Loyalität dort in die Wege zu leiten, wo es notwendig ist und den grössten Nutzen bringt.

Auswertungsbeispiel:



Der Vertriebs Monitor ...

- ◆ ist ein aussagestarkes Führungs- und Controllinginstrument für den Vertrieb.
- ◆ ist ein Tool, das die für den Vertrieb relevanten Dimensionen erfasst und abbildet.
- ◆ bietet eine Stärken- und Schwächenanalyse aus Sicht des Marktes.
- ◆ ermöglicht ein Benchmarking der eigenen Performance im Vergleich zum Wettbewerb.
- ◆ macht Optimierungsansätze mit dem grössten Hebel bzw. Potentialen ersichtlich.
- ◆ liefert Wissen über die eigene Performance und des Wettbewerbs im Zeitverlauf.

Ihre Ansprechpartner bei management tools ag:

Klaus Ammon Telefon: +41 (41) 624 99 77
Andreas Logk Telefon: +41 (41) 624 99 77