



„Mehr Umsatz durch potenzialorientierte Vertriebssteuerung“

Vertriebssteuerung mit System.

Customer-Relationship Management ist keine Software!

Firmenprofil | crm**vema**consult |

Vertriebs-, Marketing- und Servicepotenziale





| **Agenda** |

| Ziele und Voraussetzungen einer potenzialorientierten Vertriebssteuerung

| Top4you | Zwischenergebnisse Studie Thema:

| **Mehr Umsatz durch potenzialorientierter Vertriebssteuerung**

| Best Practice | Trailer eines Referenzprojektes |

| **CRMvemaSTRATEGIE | Zielsetzung und Nutzen** |





| Management Summary Teil 1|2 |

Preview der Studie: **Mehr Umsatz durch eine potenzialorientierte Vertriebssteuerung**

Was sind die Hindernisse einer potenzialorientierten Vertriebssteuerung?

24 % der Teilnehmer sind der Meinung, dass ein fehlender Potenzialbezug bei den Adresdaten eine potenzialorientierte Vertriebssteuerung verhindert.*

Welche Kunden- und Produktdatenqualität liegt in den Unternehmen vor?

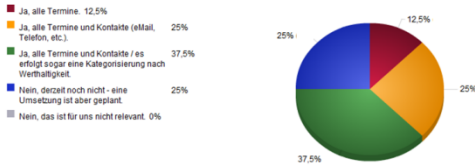
80 % der Teilnehmer sind der Meinung, dass 10-25 % Ihrer Adresdaten fehlerhaft sind.*

Welche Kundensegmentierungs- und Bewertungsmethoden werden in der Praxis angewendet?

46 % der Teilnehmer verwenden für die Segmentierung Ihrer Kundendaten „branchen- bzw. unternehmensspezifische“ Kriterien.*

**Auszug aus der aktuell laufenden Studie!*

14. Koordinieren Ihre Key-Account-Manager die Termine und Kontakte zu Ihren Kunden über ein zentrales (CRM-) System?





| Management Summary Teil 2|2 |

Preview der Studie: Mehr Umsatz durch eine potenzialorientierte Vertriebssteuerung

Welche Kernfunktionen, einer potenzialorientierten Vertriebsteuerung, werden in der Praxis tatsächlich benötigt?

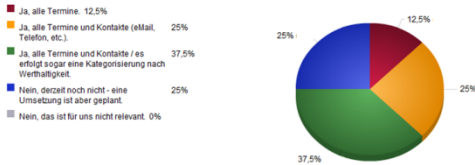
66 % der Teilnehmer koordinieren die Key-Account-Manager Ihre Termine und Kontakte über ein zentrales CRM-System. 22 % planen die Umsetzung!

26 % der Teilnehmer führen eine kontinuierliche Analyse des Kaufverhaltens durch und nutzen die gewonnenen Erkenntnisse aktiv für zukünftigen Angebote. 36 % planen die Umsetzung.*

34 % Leiten aus Ihren Kundenkontaktpunkten relevante Leistungskennzahlen (KPI`s) - für eine potenzialorientierte Vertriebssteuerung – ab. 38% planen eine Umsetzung.

**Auszug aus der aktuell laufenden Studie!*

14. Koordinieren Ihre Key-Account-Manager die Termine und Kontakte zu Ihren Kunden über ein zentrales (CRM-) System?












| **Best Practice** | Trailer eines Referenzprojektes |



4 Typische Fallbeispiele

-  Kundenneuanlage
-  Sofortbuchung eines Neukunden
-  Konditionsmanagement
-  Vertriebssteuerung
 -  Steuerungsanalysen
 -  Betreuungsstruktur
 -  Kundenmigration





| crm**vema**consult | Partner und Auszug Kunden und Veröffentlichungen |



| Auszug: Kunden und Veröffentlichungen |

Auszug aus der Kundenliste

CURRENTA
Leistung für Chemie und Industrie
Ein Unternehmen von Bayer und LANXESS

Santander
CONSUMER BANK

rheinmaintv

STRÖER
out of home media

ORT
MEDIENVERBUND

Auszug durchgeführter Fachvorträge, Interviews und Veröffentlichungen

Vortragsreihe: **Kann CRM das Kernstück der Unternehmensstrategie sein?** Von der Datenqualität zu integrierten Vertriebs- und Marketingprozessen. – CRM Initiative der Computerwoche

Fachartikel: **Marketing on Demand noch ohne Anschluss**
Titel: Das Wissensportal für CRM-Profis - CRM-Expert-Site, *ONEtoONE Magazin*

Marktstudie: **Steuern Unternehmen ihre Werbemedien nach dem Kundenwert?**
Autoren: Boris Frost und Werner Meier



| Methoden und Partner |

Partner

bedirect
Ein Gemeinschaftsunternehmen von AZ Direct & Creditreform

Adress- und Datenmanagement ist die Basis für Marketing und wirtschaftsaktive, **bonitätsgeprüfte** Neupotenzialadressen. Bere bis zur **Anreicherung** von wichtigen Zusatzdaten, **erhöht die Effektivität der Marktbearbeitung**.

GfK GfK GeoMarketing

Die **regionalen Potenzialdaten** von GfK GeoMarketing sind eine Grundlage für die Planung **effizienter Vertriebsgebiete** und die **Kundenbetreuung**.

Methoden

nielsen

Die **richtige Potenzialanalyse der Bestands- und Neukunden**, sollte auf der Basis der Werbestatistik von Nielsen Media Research erfolgen. **Dies ist ein zentraler Baustein für den Aufbau einer richtigen Vertriebssteuerung in der Medienindustrie.**

„Mehr Umsatz durch potenzialorientierte Vertriebssteuerung“ **CRM-expo**

Stand: 2011

| Firmenprofil | crm**vema**consult | www.CRMGPS.de |

28

„Mehr Umsatz durch potenzialorientierte Vertriebssteuerung“ **CRM-expo**

CRM-expo

Stand: 2011

| Firmenprofil | crm**vema**consult | www.CRMGPS.de |

29



Boris Frost
Geschäftsführer
crm**vema**consult
Köln - Bölkum

Beruflicher Hintergrund

- > 20 Jahre Berufserfahrung (Linie | Beratung)
- Managementberatung
- Projektmanagement (Timing | Budget | Qualität)
- Dipl.-Ing.

Schwerpunkt der Beratungstätigkeit

- Marketing-, Vertriebs- und Servicemanagement
- Potenzialorientierte Vertriebssteuerung, CRM
- Data-Quality- und Customer-Value-Management
- Konzeption, Durchführung und Steuerung von Projekten und Trainings.

Auszug Projekterfahrung in Bereichen

- Projekt- und Trainingsleitung für die Implementierung einer Vertriebssteuerung | CRM in einem nationalen Medienunternehmen mit 1.200 Mitarbeitern (Ströer).
- Trainingsdurchführung (Sales | Operation | Service) bei einem internationalen Banken und Finanzdienstleister (Santander).
- Experte bei der Ermittlung der Marketing- und Vertriebspotenziale für den führenden Dienstleister in der chemischen Industrie mit 3.400 Mitarbeitern (CURRENTA – Bayer | LANXESS).

In den Branchen

- Print | Medien und Telekommunikation
- Banken und Finanzdienstleister
- Pharma und Handel





Möchten Sie mehr wissen?

Besuchen Sie mich auf der CRM-expo bei meinem Vortrag.

05. Oktober von 09.30 – 09.55 Uhr „Produkt- und Dienstleistungsforum“

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an der Umfrage*:

Der Link für die Umfrage: <https://easy-feedback.de/umfrage/1260/t3czin>

Unternehmensberatung | crmvemaconsult |

Boris Frost
Bölkum 63
53809 Ruppichteroth

m +49 171. 70 144 17
f/t +49 2295. 90 99 206
boris.frost@CRMGPS.de
www.CRMGPS.de



crm vemaconsult
www.CRMGPS.de
www.CRMWeb2.de

*Die Umfrage wird noch bis zum 25.,10.2011 durchgeführt.