

## Vertrieboptimierung

Das Thema „**Vertrieboptimierung**“ besteht aus einem 4-Stufen Modell, welches nur im Ganzen seine Wirkung findet.

### I. Analyse

Durch eine gezielte Konzeptentwicklung werden sämtliche Bestandteile optimiert aufeinander angepasst. Die Langfristigkeit des Konzeptes steht dabei im Vordergrund. Der Untersuchungsumfang umfasst die Elemente Analyse und Strategie. Basis ist die Analyse bereits vorhandener und neu zu erfassender Informationen. Es werden sowohl eigene als auch wettbewerbsbezogene Daten erfasst.

Bei der Vorgehensweise ist eine enge Zusammenarbeit mit dem Objekt notwendig. Der Zugang zu relevanten Daten ist dabei grundlegend

Umfassende Datensammlung:

Erfassung von Unternehmenszahlen (Durchschnittsbelegung, Durchschnittszimmerpreis, Auslastung in der Woche, Auslastung am Wochenende), Produktportfolio, Preisgestaltung, Mitbewerber (relevante, regionale Mitbewerber), Stärken-Schwächen Analyse, sowie Kommunikation.

### II. Konzept

#### 1. Festlegungen der Zielgruppen

Nach Sichtung aller Daten, Festlegung der Zielgruppen, Fortführung bereits bestehender Zielgruppen und Festlegung neuer Zielgruppen, die sich für dieses Produkt ergeben.

#### 2. Festlegungen der Strategie und Positionierung entsprechend der ausgewählten Zielgruppen

Nach Festlegung der Zielgruppen ergeben sich pro Zielgruppe die verschiedensten Aktionen, die sich aus Vertrieb, Marketing und PR zusammensetzen.

#### 3. Festlegungen der vertrieblichen Aktionen der verschiedenen Zielgruppen

Nach Festlegung der Zielgruppen ist das Planen und Umsetzen der Aktionen der nächste Schritt. Hierzu können die unterschiedlichsten Verkaufsinstrumente eingesetzt werden. Nachfolgend finden Sie einige Beispiele:

- a) Telefon Akquise
  - b) Kundenbesuche
  - c) Messebesuche
-

### **III. Umsetzung des Konzeptes**

Die vertrieblichen Aktionen sind nach Festlegung der Zielgruppen klar erstellt und können umgesetzt werden. Weitere Aktionen ergeben sich aus der Konzeptentwicklung.

### **IV. Controlling / Begleitung**

Nach Ende des Projektes ist eine Kontrolle der einzelnen Aktivitäten durchzuführen. Doris Berendes ist verantwortlich für die Realisierung des Projektes. Sie dient auch als ständige Ansprechpartnerin für eventuelle externe Leistungsträger.

Copyright © 2010-2013 bei Berendes Vertrieboptimierung