

Projektbeispiel Vertriebskanal-Management

Ausgangssituation

Das Unternehmen hatte einen Direktvertrieb sowie einen Partnervertrieb, die teilweise dieselben Kunden betreuten bzw. dieselben Potenzialkunden ansprachen. Dadurch entstanden häufig Konkurrenzsituationen, die entweder durch niedrigere Preisen oder doppelte Provisionierung gelöst wurden. Folglich sank der Deckungsbeitrag der attraktivsten Kunden.

Leistungen opusvendenti

Zunächst wurde das Konzept des Partnervertriebs analysiert und komplett umstrukturiert. Danach wurden klare Vorgaben für die Betreuung bzw. Ansprache und Anerkennung von Potenzialkunden geschaffen. Gemeinsam mit einem neuen Paket von Services wie beispielsweise Übergabe von attraktiven Leads, die durch den Internet-Auftritt generiert wurden, an die Partner konnte das Einverständnis aller Beteiligten erreicht werden.

Ergebnis

Die Zahl der Neukunden wuchs um 20 %, der Deckungsbeitrag erhöhte sich ebenfalls innerhalb von einem Jahr merklich. Die Zahl der Vertriebspartner wurde deutlich reduziert, bei gleichzeitiger Steigerung der Zufriedenheit der Vertriebspartner.