

Cross Selling

Ausgangssituation	Das Unternehmen hatte mehrere Produktlinien mit jeweils einem eigenem Vertrieb. Die einzelnen Vertriebskanäle agierten vollkommen unabhängig voneinander. Somit wurden die Kundenpotenziale nur zum Teil erschlossen. Andere Kunden wurden durch unabgestimmtes Auftreten des Vertriebs irritiert, was hohe Kosten verursachte.
Leistungen opusvendenti	In Workshops zum Thema Cross Selling haben wir mit allen Vertriebsmitarbeitern die Kundenpotenziale herausgearbeitet und Maßnahmen zur Umsetzung definiert. Die Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen wurde mit einem stringenten Projektmanagement gesteuert.
Ergebnis	Die Nachfrage der Kunden für weitere Produkte des Konzerns wurde gesteigert. Entsprechend dem Gedanken des Cross Sellings wurden Kundenpotenziale an Kollegen im Unternehmen weiter gereicht. Außerdem erfolgten bei einzelnen Kunden gemeinsame Auftritte von Vertriebsmitarbeitern aus den verschiedenen Produktlinien.