

Kundensegment-Analyse

Ausgangssituation	Das Unternehmen hatte mit einem Großkonzern eine Vermarktungsvereinbarung und deshalb seinen eigenen Vertrieb personell auf ein Minimum reduziert. Nachdem über die Vermarktungsvereinbarung keine neuen Kunden gewonnen wurden, musste innerhalb kürzester Zeit ein eigener Vertrieb auf die Beine gestellt werden. Dieser sollte in kurzer Zeit neue Kunden bringen. Um für diesen neuen Vertrieb eine möglichst hohe Trefferquote zu erzielen war eine genaue Analyse der potenziellen Kundensegmente erforderlich.
Leistungen opusvendenti	Gemeinsam mit den Verantwortlichen führten wir eine Kundensegment-Analyse durch - mit Benennung der wesentlichen Faktoren, die ein Segment für das Unternehmen attraktiv machen. In einem Workshop wurden die potenziellen Segmente ermittelt und nach einem gemeinsam erarbeiteten Schema bewertet. Zwei bisher favorisierte Segmente wurden gestrichen, dagegen wurden drei andere Segmente als attraktiv eingestuft.
Ergebnis	Es erfolgte eine gezielte Akquisition in den ausgewählten Kundensegmenten, u.a. mit einem Fokus auf Multiplikatoren. Die Konsequenz war eine erfolgreiche Gewinnung neuer Kunden mit einer hohen Trefferquote.