

## Business Development und Wachstum

Mehr Umsatz durch die richtige Strategie bei Alt- und Neukunden



**Herbert Baumann**

Beginnend in der Investitionsgüter-Marktforschung und Beratung ist Herbert Baumann seit 1987 als selbständiger

- **Consultant**
- **Interim Manager**
- **Business Coach**
- **Beirat**

tätig. Er begleitet produzierende Unternehmen verschiedenster Größenordnung bei strategischen sowie operativen Fragen und Problemstellungen.



Mitglied in der Dachgesellschaft  
Deutscher Interim Manager



Mitglied im  
Marketing Club München



**Kontakt:**

**Office Aufkirchen**  
Am Gartenfeld 16  
D - 82281 Aufkirchen

**Office München**  
Beethovenplatz 2  
D - 80336 München

Tel.: +49 - 8145 - 99 66 40  
Fax: +49 - 8145 - 99 77 20

E-Mail:  
H.Baumann@BMC-Muenchen.com

Website:  
www.BMC-Muenchen.com

Bildquelle: © everythingpossible  
/ fotolia.com



Jede Geschäftstätigkeit beinhaltet Umsatzrisiken durch den Wegfall von Kunden. Wenn das passiert, ergeben sich Ertragsprobleme und frei werdende Kapazitäten.

Um dem entgegenzuwirken, sind vor allem Strategien zur Stabilisierung des Stammkundengeschäftes erforderlich.

Des Weiteren sind Maßnahmen zur Entwicklung von Neukundenbeziehungen unumgänglich. Der Markt ist voller „weißer Flecken“, dies aber auf der meist internationalen Landkarte, wo sich unberührtes Umsatz- Potenzial verbirgt. Allerdings ist im Vertrieb das Neukundengeschäft ein ungeliebtes Kind – und aufwändig.

### Lösungsansatz

1. **Erfolgsorientierte Fokussierung**
2. **Strategien Stammkunden**
3. **Strategien Neukunden**
4. **Geschäftsanhahnung Neukunden**

### Erfolgsorientierte Fokussierung

#### Analysen

- Auftragsanalyse (nach Produkt, Kunde, Branchen, etc.)
- Erstellung von Portfolios nach Erträgen
- Fokussierung auf ertragskräftige Produkte und Branchen
- Bereinigung der Poor Dogs

### Strategie Stammkunden

#### Pricing

- Einbeziehung der Wettbewerbsposition beim Kunden in der Preisgestaltung
- Preis-Ergebnis-Simulationen

- Preiserhöhungen nach eigener Lieferantenposition bei B- und bei C-Kunden

### Reaktivierung inaktive Alt-Kunden

- Bewertung Umsatzrückgänge, bzw. –ausfälle urspr. Topkunden
- Fokussierung auf ertragsfähige Kunden und Produkte
- Spezielle Kommunikationsstrategie

### Strategie Neukunden

#### (Welt-)Potenzialanalyse

- Zuordnung der Produkte → zu internationalen Produktionssystematiken (ProdCom, ISIC) → zu Branchen (NACE)
- Ermittlung erster theoretischer Umsatzpotenziale nach Ländern
- Aufbereitung von Unternehmensstrukturen (Anzahl Unternehmen nach Branche und Beschäftigten-Klasse)

### Bewertung der Analyse und strategische Ausrichtung

- Definition möglicher Markteintrittsbarrieren (qual. Anforderungen, techn. Lösungen, Transportkosten, Wettbewerb, Importbestimmungen, etc.)
- Gewichtung der Potenziale mit Eintrittschancen in %
- Darstellung der gewichteten Weltmarktpotenziale
- Definition von Länder- und Branchenprioritäten

### Adressbeschaffung

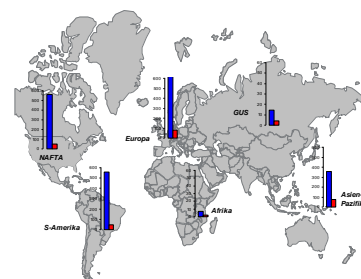
- Entscheidung über Adressumfang
- Beschaffung der Adressdaten inklusive Kontaktdaten von Ansprechpartner(n) (Hinweis: Adressdaten von Dun & Bradstreet z.B. beinhalten meist auch Bonitätsangaben)

### Screening

- Erarbeitung eines kurzen Fragenkatalogs zur Klärung der grundsätzlichen Relevanz des ausgewählten Unterneh-

mens (Anwendung, Leistungs-Schwerpunkt, bisher. Lösungen)

- Durchführung von Telefonaten (ggf. durch Muttersprachler) durch ext. Dienstleister
- Eingrenzung der Kontakte nach Relevanz und grundsätzlichem Interesse
- Follow-up
- Versand von Informationen
- Übergabe der Kontakte an den Vertrieb



### Geschäftsanhahnung

#### Vorbereitung Vertrieb

- Briefing Vertrieb auf Ländergegebenheiten (Regeln, Gesetze)
- Bereitstellung zusätzlicher Länderkontakte (Behörden, AHK's, Verbände)
- Training zu korrektem Verhalten im Zielland (Verhandlungsführung, Präsentation, Sozialverhalten)
- Interkulturelles Kommunikationstraining (in Englisch)
- Besuchs- / Reiseorganisation und Gesprächsterminierung

#### Aufbau Geschäftsbeziehung

- Erste Kundenverhandlungen
- Follow-Up (Anfragen, Angebote, etc.)

### Projektmanagement

Die Erfahrung zeigt, dass sich solch komplexe Projekte mit externen Projektleitern schneller und effizienter durchführen lassen als mit internen Kapazitäten

Herzlichst  
Ihr