

# Kundenplanung

## Schritt für Schritt zum Verkaufserfolg

**Anstatt sich an den Bedürfnissen der Kunden zu orientieren, sind Kundenstrategien und Verkaufskonzepte häufig zu sehr auf die eigenen Umsatzziele ausgerichtet. Eine der wichtigsten Aufgaben für den Verkaufsleiter ist daher die Kundenplanung. Sie erfolgt in drei Schritten:**

### 1. Die Datenanalyse

Welche Informationen benötigen Sie über Ihre Kunden, welche sind bereits vorhanden? Achten Sie schon bei der Planung Ihrer Kundenziele darauf, dass alle wichtigen Informationen über die Kunden in einer Datenbank zusammenfließen:

**Kundenprofil:** Basisinformationen über den Kunden, die Kundenhistorie, seine Entwicklung und Profitabilität, eventuelle kritische Vertriebswege sowie logistische Fakten.

**Unternehmensinformationen:** Informationen über die Situation Ihres eigenen Unternehmens beim Kunden. Das betrifft die Organisationsstruktur und Verantwortlichkeiten, die Vertriebslinienplanung sowie die Angebots- und Distributionssituation einschließlich des Wettbewerbs und Besuchsberichte.

### 2. Die Zielsetzung

Überlegen Sie sich, welche Ziele Sie mit dem Kunden erreichen wollen. Die wichtigsten davon leiten sich aus den Unternehmenszielen sowie den Marketing- und Vertriebszielen ab. Wenn Ziele formuliert werden, muss geprüft werden, ob sie umsetzbar sind. Alle Ihre Ziele sollten deshalb folgende Kriterien erfüllen: Sie sollten konkret und messbar sein. Außerdem sollten sie erreichbar sein für beide Seiten und anspruchsvoll sowie über die bestehenden Leistungen hinausgehen

### 3. Die strategischen Möglichkeiten

Welcher Weg muss eingeschlagen werden, um die gesetzten Ziele beim Kunden durchsetzen zu können?

Planen Sie eine Kunden-Erfolgs-Strategie, indem Sie eine Strategiematrix erstellen. So verschaffen Sie sich einen Überblick über alle Aktivitäten des Vertriebs, des Marketings und der Kundensituation. Um die beste Strategie auszuwählen, müssen Sie prüfen, wie realistisch die gesteckten Umsatzziele zu erreichen sind und wie wahrscheinlich der Erfolg eintreten wird. Checken Sie auch den Investitionsaufwand für die gesteckten Ziele und den geplanten Return-on-Investment.