

# **Vertriebssteuerung mit integrierten Unternehmenslösungen**

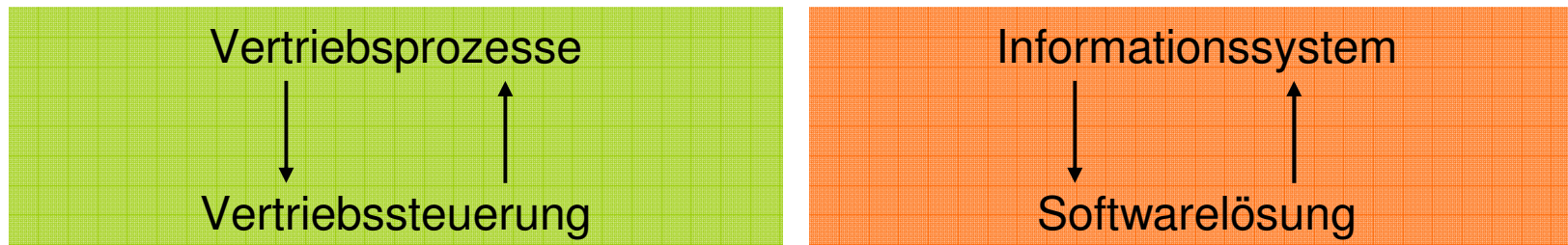
# Vertriebssteuerung und Softwarelösung



## Zielsystem der (operativen) Vertriebssteuerung

Optimale Ausschöpfung und Ausrichtung der vertrieblich verfügbaren Ressourcen im Sinne vorgegebener Zielgrößen der Unternehmung

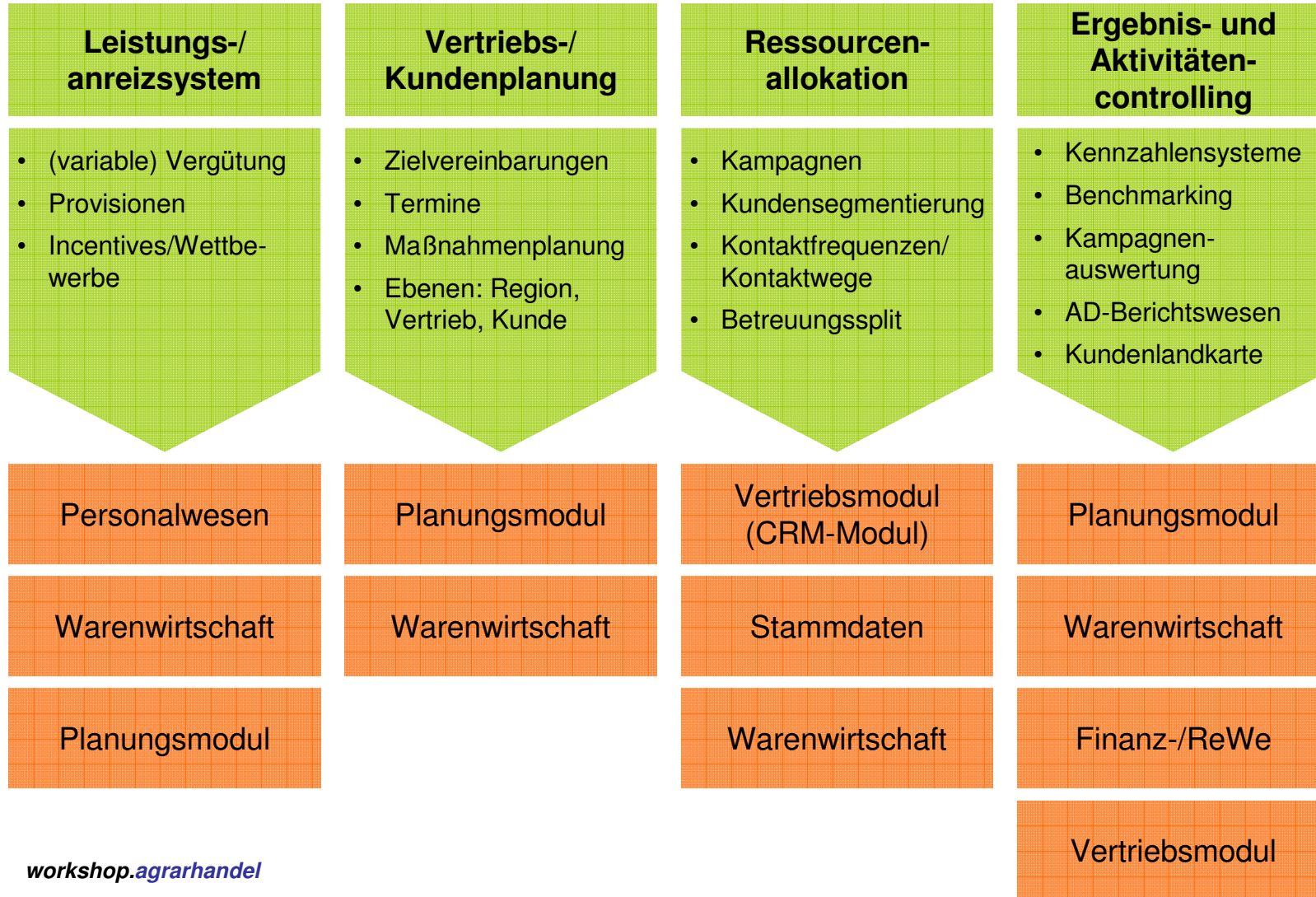
## Handlungsfeld „Softwarebasierte Steuerung der Vertriebsprozesse“



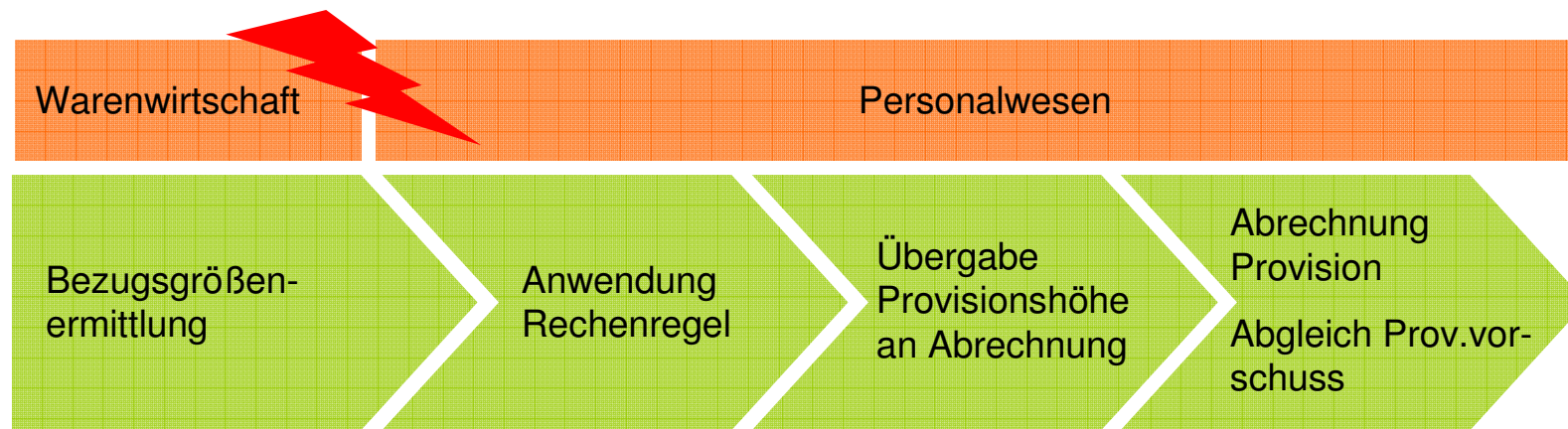
## Integrierte Unternehmenslösung

Durchgängige, abteilungsübergreifende Abbildung von Geschäftsprozessen bei funktionsübergreifender (Echtzeit-)Bereitstellung von Daten

# Vertriebssteuerung – Instrumente und Datenquellen



# Abrechnungsprozess Provisionen



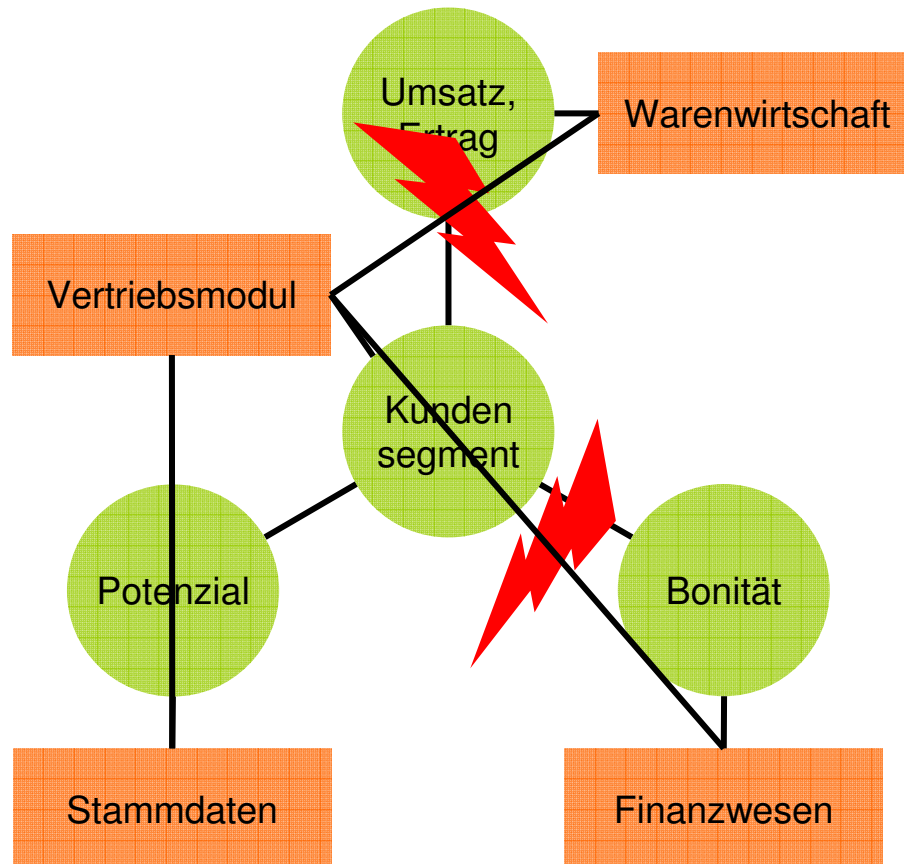
## Folgen Medienbruch:

## „Klassisches“ Integrationsproblem

- Manuelle Arbeit an der Schnittstelle erforderlich („Meldung“)
- zeitliche Friktionen an der Schnittstelle („fehlende Meldung“)
- Zusatzprozess „Meldung“ muss definiert werden (Wer? Wann? Was?)
- Provisionsempfänger rechnet in der Arbeitszeit selbständig Abgleich zu Provisionsabschlag oder unterjähriger Abgleich erfolgt nicht mit Konsequenz von Nach-/Rückzahlungen („Verstimmungen“)

→ „Monetäre“ Steuerung Vertriebsmitarbeiter beeinträchtigt

# Ausgewählte Vertriebssteuerungsinstrumente – Kundensegmentierung



## Kundensegmentierung:

- Steuerung auf „wesentliche“ Kunden und in Verbindung mit Besuchs-/Kontaktfrequenz zentrales Instrument zur Steuerung der Zeiteinteilung
- Instrument zur Schaffung klarer Kundenzuständigkeiten (z.B. Key Accounter)

## Folgen Medienbruch:

- Vermehrte manuelle Tätigkeiten (Eingabe)
  - Gefahr der Datenüberalterung wegen fehlender Pflege
  - Unvollständige Informationsausschöpfung; subjektive Kundenbewertungen
- Geringe Einsatzfreude; reduzierter Instrumentnutzen

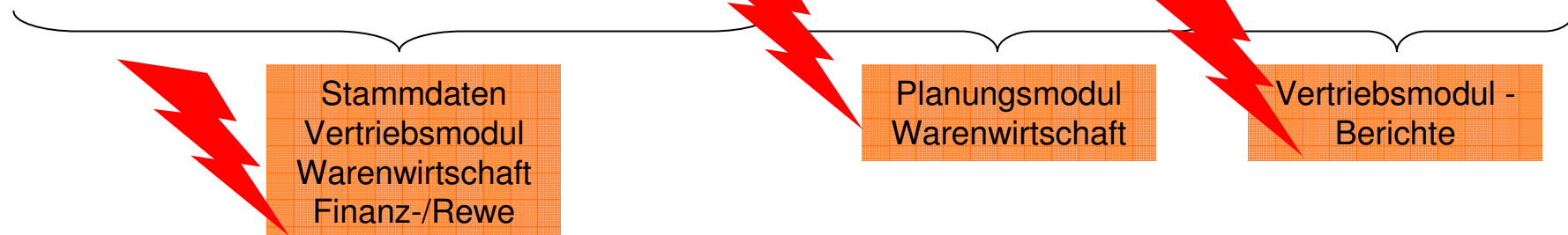
Häufiges Problem: unzureichende Integration Vertriebsmodul (CRM)

# Ausgewählte Vertriebssteuerungsinstrumente – Raiffeisen Kundenschnellübersicht/-landkarte

## Folgen Medienbruch/-brüche:

- Verkomplizierung Vertriebssteuerung/-controlling durch Notwendigkeit Nutzung mehrerer Berichte
  - Je nach Informationsdichte relevanter manueller Aufwand („Excel-Zusammenführung“)
  - Möglichkeiten der Bestandssteuerung (des Vertriebsmitarbeiters) nicht ausgenutzt
- Im Unternehmen verfügbares Informationspotenzial wird nicht ausgenutzt

Kunde			Vertriebs- beauf- tragter	Umsatz Produkt XYZ			Letzter Kontakt am	Nächster Kontakt am
Kd- Nr.	Name	Segment		Ist 2012	Vj. 2011	Soll 2012		
10000	Mustermann	Wachstum	Meyer	5.000	38.000	55.000	30.01.12	
10001	Musterfrau	Wachstum	Meyer	16.100	8.975	16.000	20.12.12	17.01.13



Häufiges Problem: Integrierte Systeme liefern kein integriertes Berichtswesen

# Fazit



- Vertriebssteuerung lebt von verfügbarer Information
- Vertriebssteuerung als Selbst- und Fremdführungsprozess muss einfach zu handhaben sein
- Vertriebssteuerung soll helfen, über Potenzialausnutzung der vertrieblichen Ressourcen Wettbewerbsvorteile zu schaffen
- Etablierung (integrierter) Vertriebssteuerung muss ökonomischen Prinzipien genügen

- Durch Integration von Systemmodulen und -berichten wird die Informationsverfügbarkeit und damit die Transparenz erhöht
- Integration ermöglicht Einsatz knapper Zeitressourcen für Informationsverwertung durch Reduzierung Aufwand Informationsgenerierung
- „Integrierte“ Informationen schaffen Voraussetzungen Entwicklungspotenziale leichter und schneller zu erkennen
- Etablierung integrierter Vertriebssteuerung führt zu Investitionsbedarf, der allerdings im Kontext mit vorauslaufenden Grundsatzinvestitionen zu sehen ist.

# **Vertriebssteuerung besser mit integrierten Unternehmenslösungen**