

FOKUS

Mobilisierung Ihres Vertriebs in volatilen Märkten

Wie Sie Hit-Rate und Ergebnisbeitrag Ihres Vertriebs durch effiziente Steuerung erhöhen



 **MERITUS**
Business Advisors

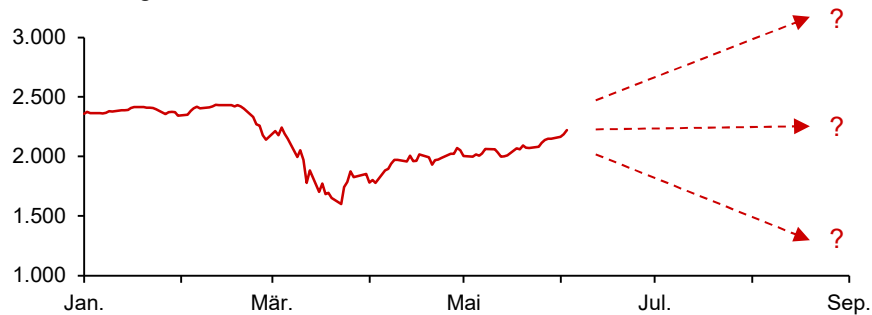


Im volatilen Marktumfeld steht die Vertriebssteuerung im Fokus

Externe Faktoren erschweren die Planung zunehmend und erhöhen das unternehmerische Risiko

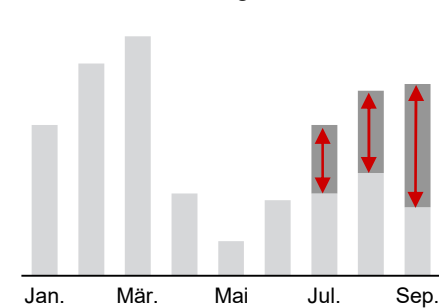
Zukünftige Marktentwicklung ungewiss

Entwicklung MSCI World Index

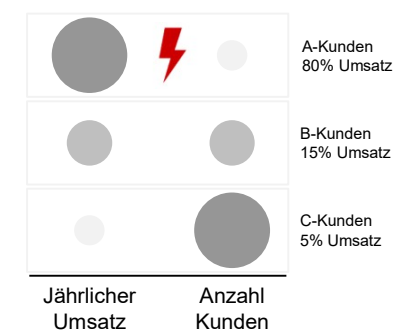


Umsatzentwicklung mit Unsicherheiten

Umsatzentwicklung



Kundenstruktur



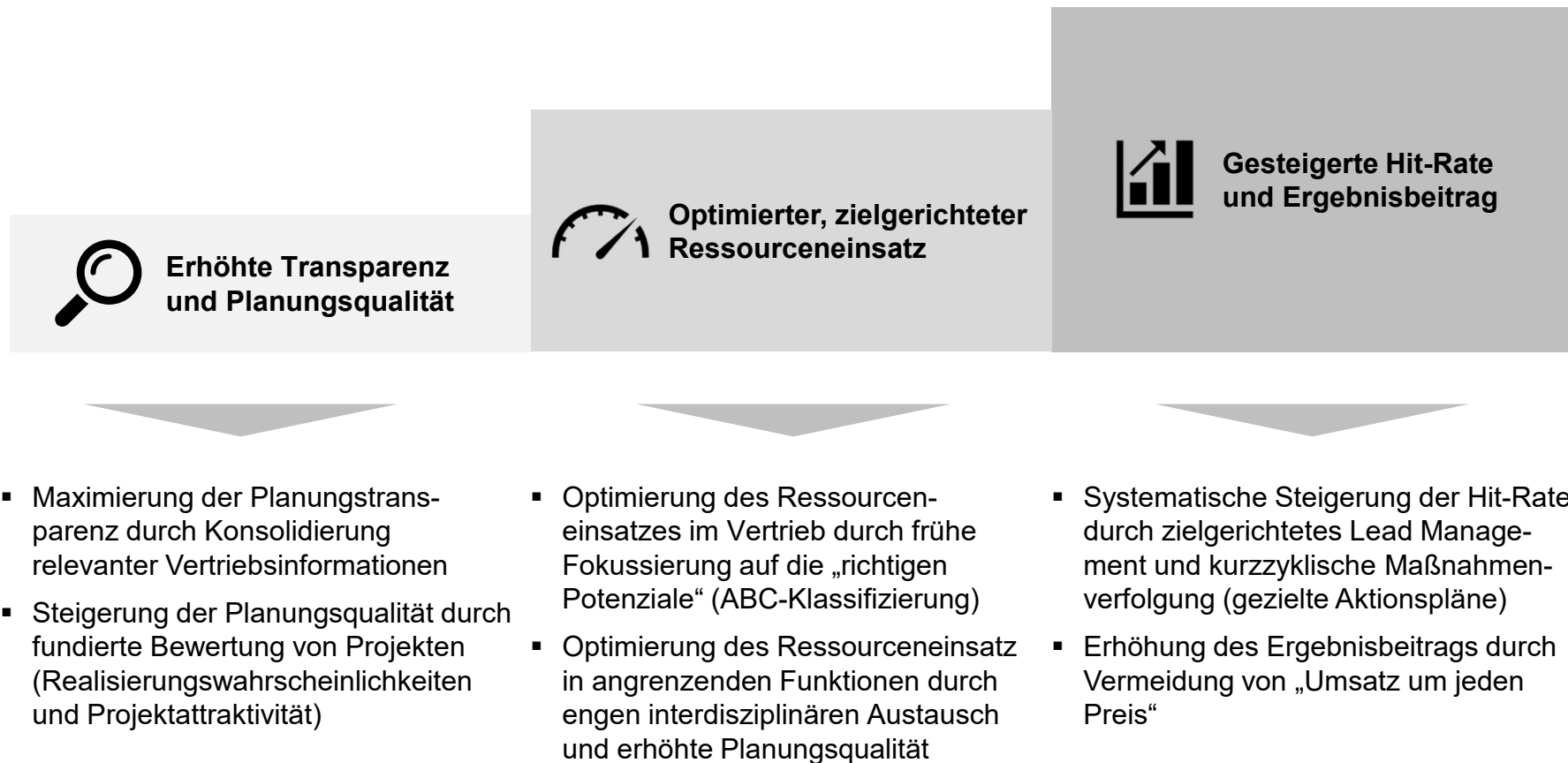
- Weltweite Märkte sind hoch volatil und unvorhersehbar
- Massiver Markteinbruch durch Covid-19
- Auswirkungen für Unternehmen schwer planbar
- Auslastung der Unternehmen stark schwankend
- Fehlende Transparenz zur Auftragspipeline

- Starke Schwankungen in der Umsatzentwicklung
- Hohe Abhängigkeit von Einzelkunden
- Häufig: „Fahren auf Sicht“ und „Umsatz um jeden Preis“
- Ineffizienter Ressourceneinsatz des Vertriebs
- Klassisches Projektgeschäft besonders betroffen

Fehlende Transparenz in der Vertriebspipeline birgt unmittelbare **unternehmerische Risiken** (Umsatzeinbruch, Liquiditätsengpässe, etc.). Zudem belastet ein **ineffizienter Ressourceneinsatz** das Unternehmensergebnis.

Mobilisieren Sie Ihren Vertrieb und steigern Sie Hit-Rate und Ergebnisbeitrag

MERITUS hilft Ihnen die Planungsqualität zu erhöhen und Marktpotenziale effizient und ergebnisorientiert zu erschließen



Profitieren Sie von den Instrumenten einer aktiven Vertriebssteuerung

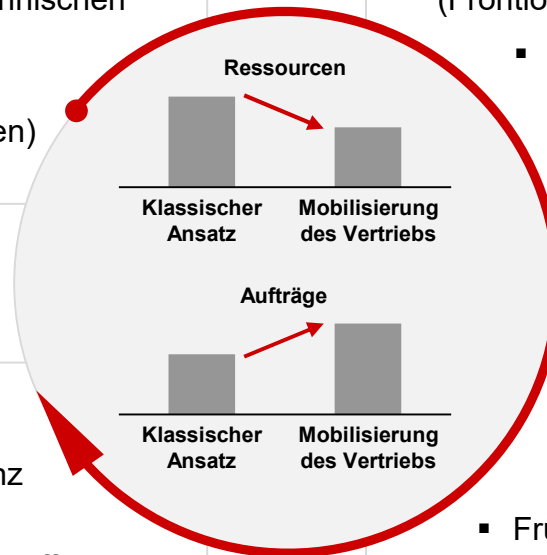
Durch die Erhöhung der Transparenz können Ineffizienzen reduziert und die Hit-Rate gezielt erhöht werden

1 Bewertung der Vertriebspotenziale

- Identifikation und Klassifizierung möglicher Vertriebspotenziale
- Bewertung der Vertriebspotenziale anhand von einheitlichen kaufmännischen und technischen Kriterien
- Kategorisierung potenzieller Aufträge nach Attraktivität (Chancen und Risiken)

2 Umsetzung von Lead Management

- Erzeugung von Transparenz bzgl. Auftragspipeline und möglicher Vertriebspotenziale
- Fokussierung auf Generierung qualifizierter Leads (Frontloading)
 - Zielgerichteter Ressourceneinsatz durch Fokus auf die „richtigen Potenziale“ in der frühen Akquisephase



- Vollständige und kurzzyklische Abbildung bzw. Aktualisierung der Umsatzplanung (Maximierung der Transparenz und Zuverlässigkeit)
- Darstellung von GuV, Cash und Bilanz-Effekten auf Monatsebene
- Frühzeitige Identifikation von Planabweichungen und Minimierung unternehmerischer Risiken

- Transparente, ergebnisorientierte Steuerung des Vertriebs (Kein „Umsatz um jeden Preis“)
 - Frühzeitige Identifikation von Planabweichungen sowie Maßnahmendefinition zur nachhaltigen Steigerung der Hit-Rate
- Realisierung von Effizienz- / Ergebnispotenzialen durch engen interdisziplinären Austausch

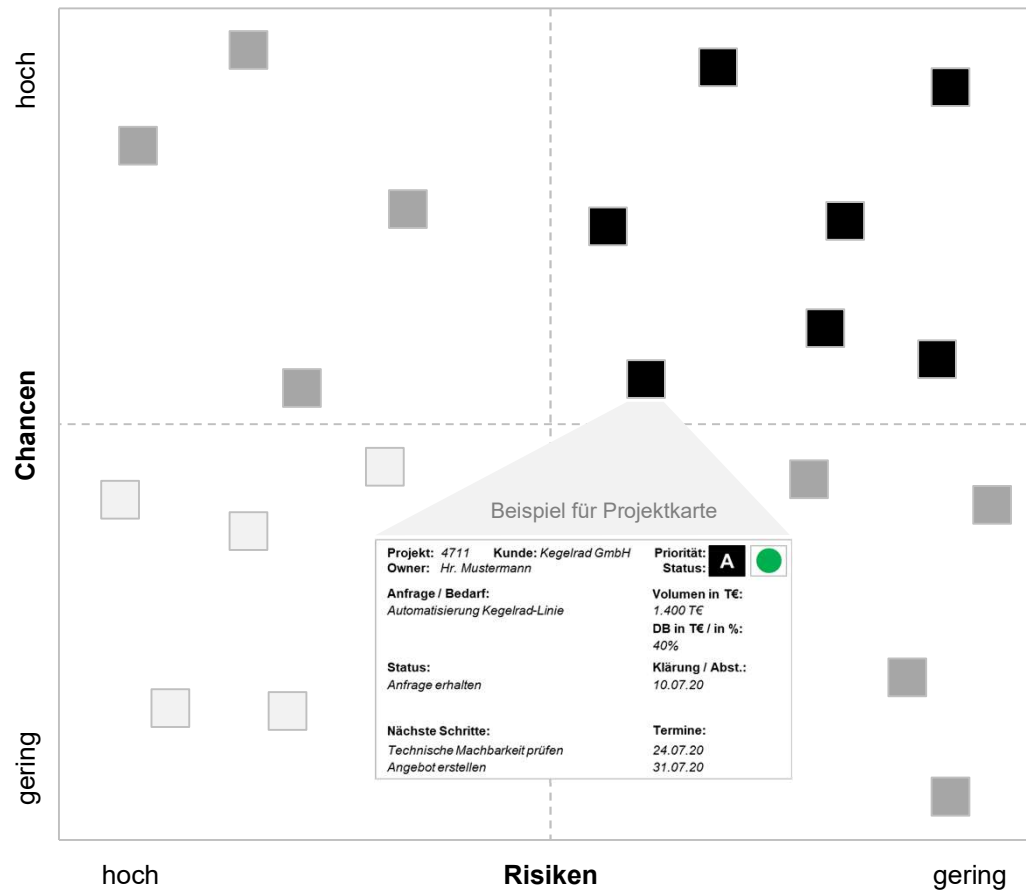
4 Forecast und Planung

3 Steuerung mit visuellem Vertriebsmanagement

1 Bewertung der Vertriebspotenziale als Basis für die Mobilisierung

Bewertung der Vertriebspotenziale erfolgt anhand einheitlicher kaufmännischer und technischer Kriterien

Bewertungsmatrix Vertriebspotenziale



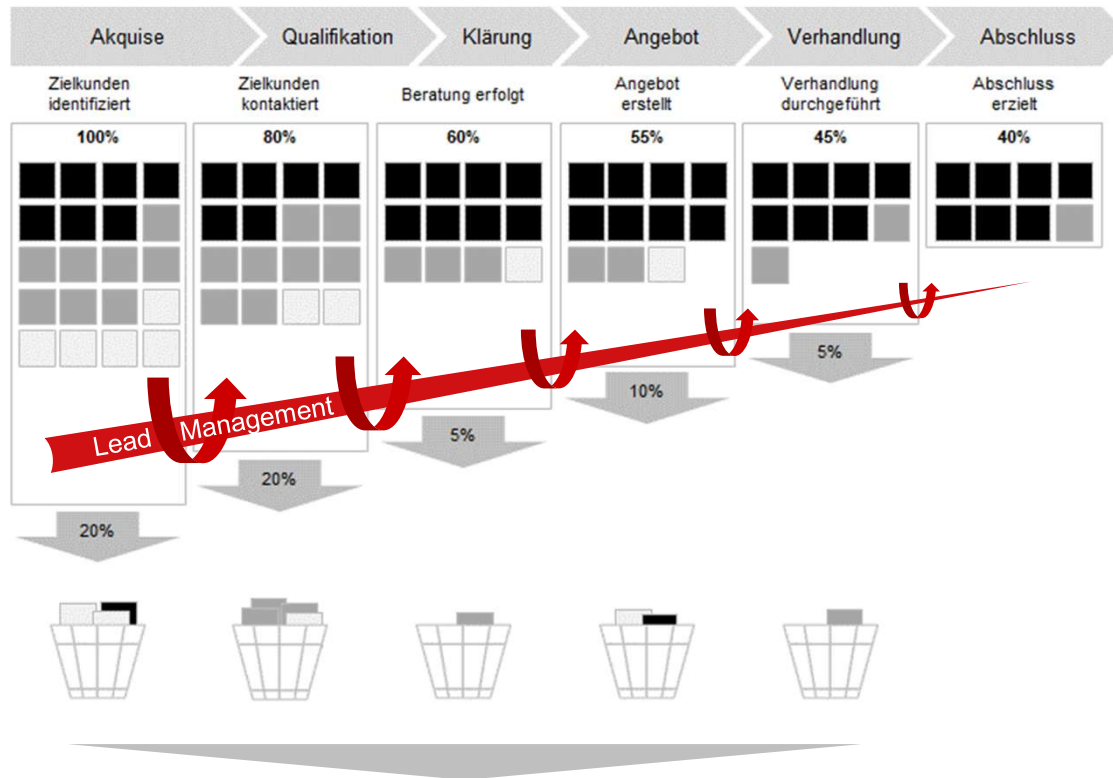
Potenzielle Aufträge / Leads mit:
 ■ hoher Attraktivität ■ mittlerer Attraktivität □ geringer Attraktivität
 Quelle: MERITUS Business Advisors

Beschreibung

- ABC-Klassifizierung der Kunden und Identifikation möglicher Vertriebspotenziale.
- Chancen- / Risiken-Bewertung der Vertriebspotenziale nach einheitlichen Kriterien.
- Chancen-Bewertung:
 - Wachstumspotenzial
 - Umsatzvolumen
 - Deckungsbeiträge
 - Kundenbindung
 - Strategische Bedeutung
 - ...
- Risiken-Bewertung:
 - Kalkulation
 - Technische Machbarkeit
 - Verfahrenstechnik und Prozesse
 - Verfügbare Kapazitäten
 - Zahlungssicherheit
 - ...

2 Lead Management zur Fokussierung auf Potenziale mit hoher Attraktivität

Durch Fokussierung auf die „richtigen Potenziale“ in der frühen Akquisephase werden Ressourcen zielgerichtet eingesetzt



- ✓ Transparenz
- ✓ Priorisierung
- ✓ Fokussierung

Potenzielle Aufträge / Leads mit:

hoher Attraktivität
 mittlerer Attraktivität
 geringer Attraktivität
 verlorene Potenziale

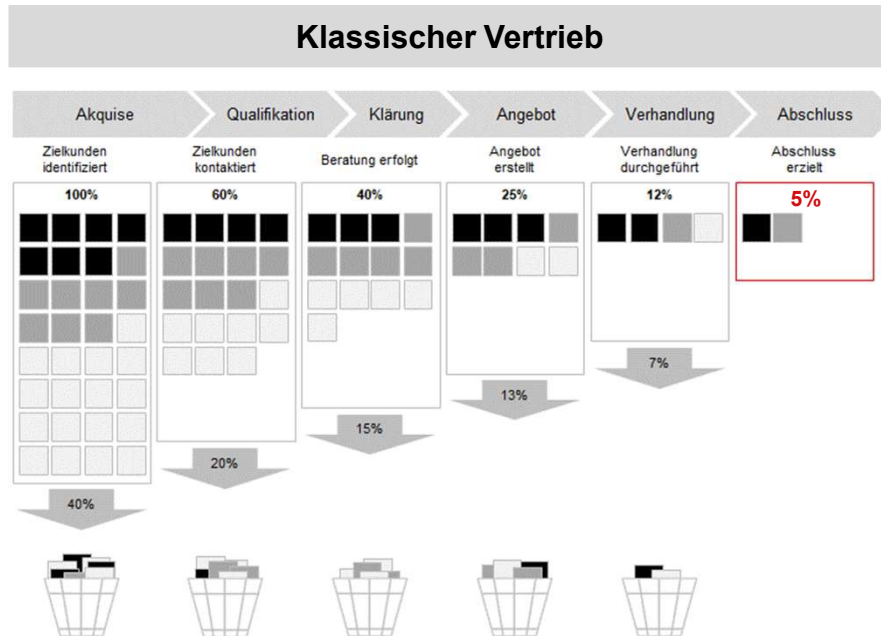
Quelle: MERITUS Business Advisors

Beschreibung

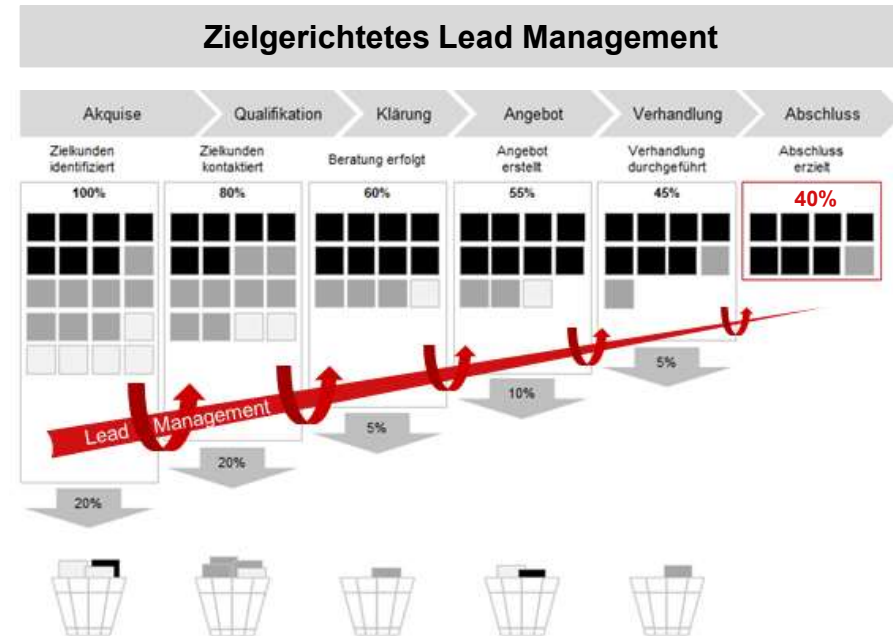
- Der Vertriebsprozess bildet die Basis für den Aufbau der Sales Funnel-Logik in mehreren Stufen.
- Mit Durchlaufen des Sales Funnels erhöht sich die Realisierungswahrscheinlichkeit des jeweiligen „Projektes“ (vom Erstkontakt bis zum Abschluss).
- Der Fokus liegt dabei auf den frühen Phasen des Vertriebsprozesses, mit dem Ziel qualifizierte Leads zu generieren und den Aufwand bzw. Schleifen im weiteren Verlauf zu minimieren (Frontloading).
- Es ist entscheidend frühzeitig die „richtigen Potenziale“ zu identifizieren und die Ressourcen auf diese zu fokussieren.
- Durch Definition konkreter Aktionspläne, können Potenziale gezielt über die einzelnen Stufen des Sales Funnels in Richtung eines finalen Abschlusses weiterentwickelt werden.
- Die Transparenz nimmt zu, die Bearbeitung erfolgt zielgerichtet und effizient, die Hit-Rate steigt.

2 Projektbeispiel: Hit Rate und Lead Attraktivität gezielt erhöhen

Gegenüber dem „klassischen Vertrieb“ führt Lead Management zu quantitativer und qualitativer Steigerung der Abschlüsse



- Alle erreichbaren Potenziale ansprechen
- Anfragen ohne konkretes Interesse / Bedarf bearbeiten
- Hoher Aufwand in der Klärung, fehlende Struktur
- Anzahl Abschlüsse bei hohem Aufwand nur gering



- Hochwertige und qualifizierte Leads generieren
- An den „richtigen Potenzialen“ arbeiten
- Ressourcen fokussiert einsetzen
- Anzahl Abschlüsse systematisch erhöhen

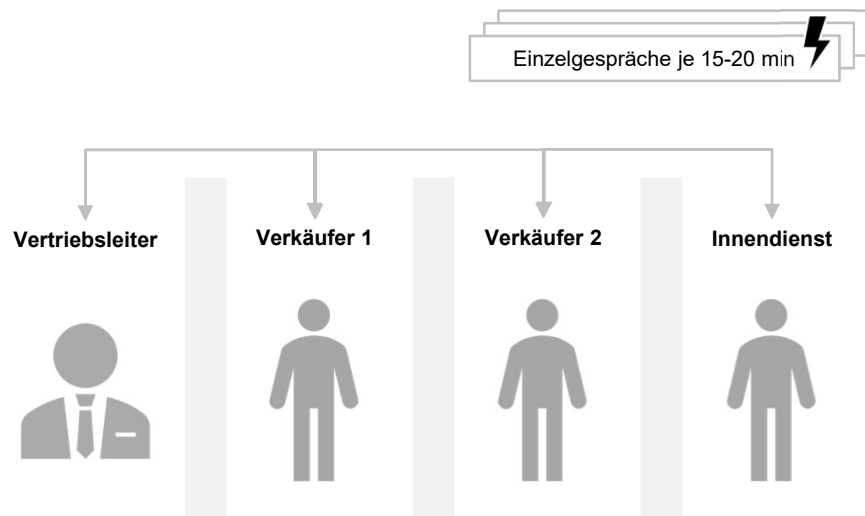
Potenzielle Aufträge / Leads mit:

hoher Attraktivität
 mittlerer Attraktivität
 geringer Attraktivität
 verlorene Potenziale

3 Visuelles Vertriebsmanagement erlaubt aktive Vertriebssteuerung (1/2)

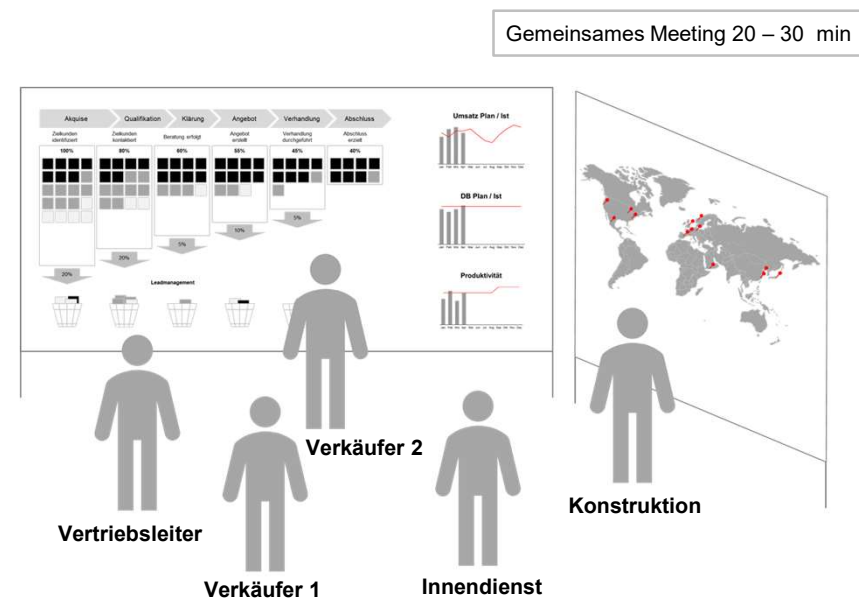
Durch den interdisziplinären Ansatz erfolgt eine abgestimmte, effiziente Steuerung der Ressourcen aller Bereiche

Klassischer Vertrieb



- Geringe Kommunikation innerhalb des Vertriebs und mit anderen Abteilungen (fehlende Transparenz)
- Unabgestimmte Ressourcenplanung in einzelnen Abteilungen und ineffizienter Ressourceneinsatz
- Funktionales Silodenken in den Abteilungen führt häufig zu Fehlern und Dopplrarbeiten
- Unzureichendes Abweichungsmanagement und geringe abteilungsübergreifende Steuerung

Aktives visuelles Vertriebsmanagement



- Visuelle Transparenz über Vertriebspipeline und Vertriebspotenziale und Eskalationsthemen
- Verbesserte abteilungsübergreifende Kommunikation und optimierte Kundenbetreuung (Arbeiten am selben Kunden)
- Aktuelles und effizientes Abweichungsmanagement sowie effektive Vertriebssteuerung
- Abteilungsübergreifende Ressourcenplanung und -steuerung erzeugen Geschwindigkeit und Qualität

3 Visuelles Vertriebsmanagement erlaubt aktive Vertriebssteuerung (2/2)

Im visuellen Vertriebsmanagement laufen alle Fäden zusammen, hier erfolgt die zielgerichtete Steuerung des Vertriebs



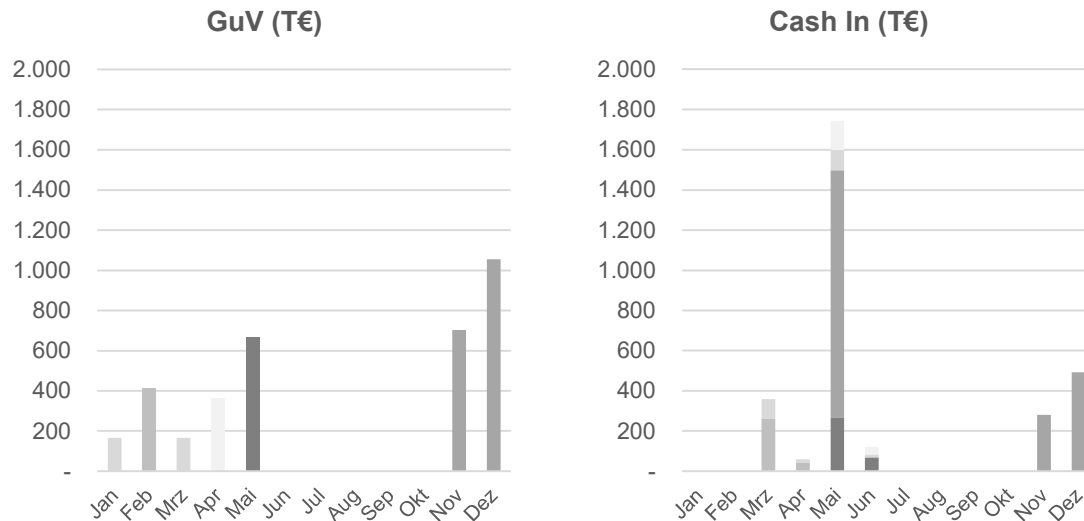
Beschreibung

- Über ein visuelles Vertriebsmanagement-Board erfolgt die zielgerichtete Führung und Steuerung des Vertriebs im interdisziplinären Austausch mit angrenzenden Funktionen (Konstruktion, Einkauf, Produktion, etc.).
- Der Status der Auftragspipeline wird auf Projektebene dargestellt und kurzzyklisch aktualisiert. Abweichungen vom Ziel sind jederzeit transparent. Über gezielte Definition nächster Schritte / Maßnahmen wird die Hit-Rate systematisch erhöht.
- Durch die kurzzyklische Regelkommunikation werden Ressourcen optimal gesteuert. Der interdisziplinäre Austausch sichert dabei gleichzeitig die reibungslose interne Abwicklung zwischen den Funktionen.

Quelle: MERITUS Business Advisors

4 Zuverlässige Forecasts und Planungen minimieren das Risiko

Das Risiko wird durch die gesteigerte Zuverlässigkeit der Planung minimiert – Engpässe werden rechtzeitig erkannt



Projekt	Projektvolumen (in T€)	Auftragswahrscheinlichkeit	Effekt	2020 (in T€)												
				Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	
Projekt 1	668	80%	Cash	-	-	-	-	267	67	-	-	-	-	-	-	-
Projekt 1			GuV	-	-	-	-	668	-	-	-	-	-	-	-	-
Projekt 1			Bilanz	-	-	-	-	(388)	-	-	-	-	-	-	-	-
Projekt 2	2.461	30%	Cash	-	-	-	-	1.231	-	-	-	-	-	281	492	
Projekt 2			GuV	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	703	1.055	
Projekt 2			Bilanz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	422
Projekt 3	414	90%	Cash	-	-	259	41	-	-	-	-	-	-	-	-	
Projekt 3			GuV	-	414	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Projekt 3			Bilanz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Projekt 4	330	90%	Cash	-	-	99	17	99	17	-	-	-	-	-	-	
Projekt 4			GuV	165	-	165	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Projekt 4			Bilanz	(110)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Projekt 5	365	90%	Cash	-	-	-	-	146	36	-	-	-	-	-	-	
Projekt 5			GuV	-	-	-	365	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Projekt 5			Bilanz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Beschreibung

- Die Umsatzplanung stellt im Kontext der Unternehmensplanung den neuralgischen Punkt dar, da hier i.d.R die größten Unsicherheiten enthalten sind.
- Diese wirken sich direkt auf die Planung der variablen Kostenstruktur bzw. der Ressourcenplanung aus.
- Eine aktuelle und vor allem zuverlässige Umsatzplanung ist somit essentiell zur Minimierung des unternehmerischen Risikos.
- Über einen „Zahlplan“ werden alle laufenden sowie mögliche künftige Projekte auf der Zeitachse erfasst und kurzzyklisch aktualisiert (Ergebnis des visuellen Vertriebsmanagements).
- Effekte aus Sicht der GuV, Bilanz und Liquidität (Cash-Flow) werden über den Zahlplan auf Monatsebene transparent abgebildet.
- Umsatzeinbrüche u. Liquiditätsengpässe können so frühzeitig identifiziert und geeignete Gegenmaßnahmen festgelegt werden (Risikominimierung).

Quelle: MERITUS Business Advisors

MERITUS „Beste Unternehmensberater 2020“

Brand eins – Consulting Studie, März 2020

MERITUS ist eine auf **Restrukturierung** und **Ergebnisverbesserung** spezialisierte Unternehmensberatung. Unsere Berater und Interim Manager zeigen Unternehmen den Weg aus der Krise – **vom Konzept bis zur Umsetzung**. Durch strategische Neuausrichtung, operative und finanzwirtschaftliche Optimierungen erzielen wir **messbare Ergebnisverbesserungen**.

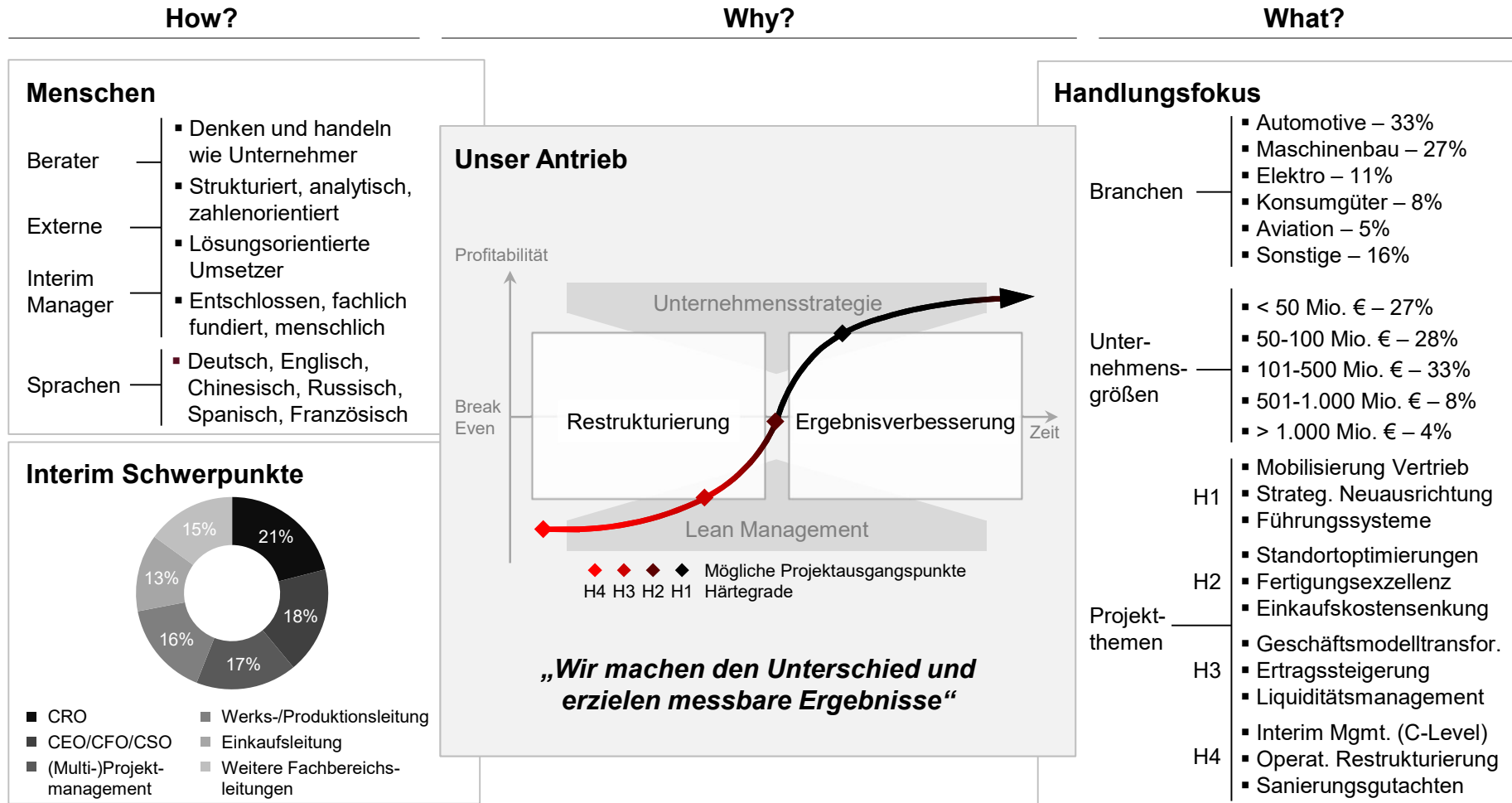
Wir kennen die Besonderheiten und Herausforderungen mittelständischer, produzierender Unternehmen aus erfolgreichen Beratungsprojekten und Interim Management-Tätigkeiten. Zum vierten Mal in Folge sind wir „Beste Unternehmensberater“.

The image displays a series of award logos on the left and a screenshot of a consulting directory on the right. The logos represent 'Beste Berater' awards from 2017 to 2020, with 2020 being the 'Beste Unternehmensberater' award. The screenshot shows a table of consultants in the 'Auto & Zulieferer' industry, with 'Meritus Business Advisors' highlighted in a red box. A 'brand eins /thema' magazine cover is also visible in the screenshot.

Unternehmen	Kollegen-Empfehlungen	Klienten-Beurteilungen
Arthur D. Little	•	••
Bain & Company	•	••
Deloitte Consulting	•	••
Ginkgo Management Consulting	•	••
HPP Strategie- und Marketingberatung	•	••
KPMG Advisory	•	••
Meritus Business Advisors	•	••
MSR Consulting	•	••
Oliver Wyman	•	••
Struktur Management Partner	•	••
valantic	•	••
4flow	•	•
A.T. Kearney	•	•
All for One	•	•

MERITUS Business Advisors – Wir steigern die Profitabilität unserer Kunden

MERITUS ist eine auf Restrukturierung und Ergebnisverbesserung spezialisierte Unternehmensberatung



Erstklassige Konzepte und operative Umsetzung aus einer Hand



Unser Angebot an Sie

Gerne vertiefen wir unverbindlich und gemeinsam mit Ihnen Ihre spezifische Fragestellung/ Ausgangssituation

Unsere Kunden sind erfahrene Unternehmer in herausfordernder Wirtschaftslage oder mit anspruchsvollen wirtschaftlichen Zielen – getrieben von dem Wunsch zur klaren Neuausrichtung und Ergebnisverbesserung. Sie gehören dazu?

Rufen Sie uns gerne an oder schreiben Sie uns eine E-Mail.

Ihr Ansprechpartner:



Dr. Jens Zimmermann
Managing Partner



Georg-Christian-von-Kessler-Platz 6
D - 73728 Esslingen am Neckar
T +49 711 - 933 445 - 0
F +49 711 - 933 445 - 99
j.zimmermann@meritus-advisors.de
www.meritus-advisors.de

