



TRIAS

Die großen Baustellen des Handels

Wie professionell steuern Sie ihren Großkundenvertrieb?

*Wir entwickeln
Menschen!*

TRIAS Training & Services GmbH



Die Agentur

- › Gegründet 1993 von Jürgen Ohr
 - » Interdisziplinäres Team
 - » DIN EN ISO 9001:2008 und AZAV zertifiziert
- › 30 Trainer und flottenerfahrene Berater in laufenden Trainings- und Coaching-Projekten
- › Trainings und Weiterbildungen mit Schwerpunkt Automobilvertrieb
- › Beratung und Coaching in der Flottenvertriebsentwicklung



Die großen Baustellen des Handels



Restrukturierung an der Schnittstelle zum Kunden

- › Wichtigste Vertriebsaufgaben für Hersteller
 - » Markt- und Markengerechte Kommunikation
 - » Systematische Marktbearbeitung
- › Marketing ohne Integration beider Anforderungen
 - » Im Großkundensegment: Zufallsbedingter Vertriebserfolg
- › Voraussetzung für existenzsichernde Umsatzrendite
 - » Rentabilität im Großkundengeschäft erfordert bereichsübergreifende Vertriebseffizienz
 - » Wirtschaftliche Kostenstrukturen auf allen Ebenen des Autohauses sind entscheidend



Gewinnbringendes Vertriebsmanagement



Wesentliche Aspekte des Vertriebsmanagements

1. Unternehmenssteuerung

- » Zielgruppenstandards
- » Leistungsfähige Datenmanagementsysteme
- » Integrierte Planungs- und Controlling-Systeme

2. Vertriebsstrategie

- » Kundenorientierte Vertriebsabwicklung
- » Langfristig konsistente Vertriebsausrichtung
- » Effiziente, zentrale Vertriebssteuerung



Gewinnbringendes Vertriebsmanagement



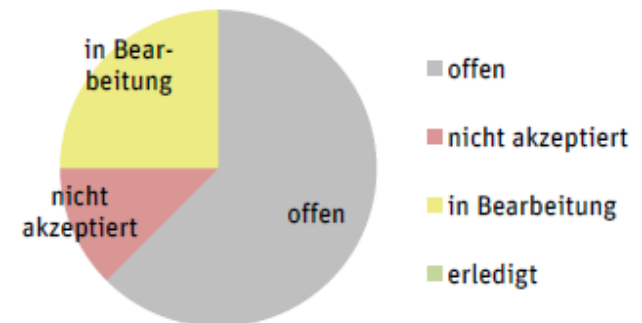
Wesentliche Aspekte des Vertriebsmanagements

3. Betriebswirtschaftliche Effizienz

- » Kontinuierlicher Effizienzsteigerungsprozess
- » Stringentes Kostenmanagement
- » Wirkungsvolle Anreizsysteme

4. Kapitalschonende Finanzierungsstruktur

- » Optimale Kapitalallokation
- » Optimierung der Passivseite der Bilanz
- » Integrierte Liquiditätssteuerung



Gewinnbringendes Vertriebsmanagement



Aktuelle Entwicklung deutscher Fuhrparks

- › CVO-Barometer 2015
 - » TCO allgemeine Bewertungsgrundlage
 - » Leasing mit 51 Prozent häufigste Finanzierungsart
(davon 29 Prozent Kilometer-Leasing)
- › Nachhaltige Trends
 - » TCO wird langfristig der TCM-Betrachtung weichen
 - » Total Cost of Mobility: Kosten Mobilitätsbereitstellung
 - » Hohe Veränderungsdynamik durch IT-Entwicklungen



Gewinnbringendes Vertriebsmanagement



Paradigmenwechsel im Flottenmarkt

- › Im Verhältnis zum Absatz wird das Wiedervermarktungsrisiko für Autohäuser steigen
- › Den Privatmarkt kennzeichnende Multioptionalität und Individualisierung erreichen das Flottensegment
- › Zunehmende Polarisierung des Flottenmarktes
 - » Premiumsegment: Steigende Qualitätsanforderungen
 - » Volumensegment: Steigende Preissensibilität
- › Veränderung der Wettbewerbssituation
 - » Fuhrparkmanagementgesellschaften auf dem Vormarsch



Erfolgsgrundlage Prozesssicherheit



Aktives Vertriebsmanagement als Erfolgsschlüssel

- › Tragfähige Akquisitionskonzepte
 - » Grundlage systematischer Leistungsmessung
- › Akquisitionsfördernde Betreuungskonzepte
 - » Grundlage objektiver Leistungsbewertung
- › Risikominimierende Großkunden-Servicekonzepte
 - » Grundlage Kundenloyalisierung und Restwertstabilisierung
- › Transparenter Informationsfluss
 - » Schnittstellenübergreifende Regelkommunikation
 - » Bereichsübergreifend effektive Datenqualifizierung
 - » Bereitstellung gepflegter Datenmanagementsysteme



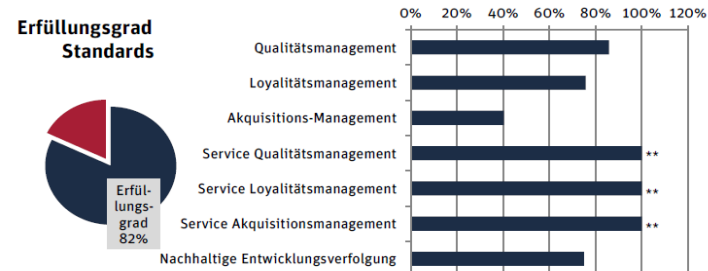
Erfolgsgrundlage Prozesssicherheit



Aktives Vertriebsmanagement als Erfolgsschlüssel

› Effektiver Controlling-Prozess

- » Personalkostenmanagement mithilfe wirksamer Kennzahlen für Akquisition und Kundenbetreuung
- » Systematische Marktanalyse mithilfe quantitativer Kennzahlen, die Potenzial im Gebiet adäquat abbilden
- » Faktenbasierte Prognosen und Zielvorgaben für Verkäufer
- » Anpassung der Leistungsziele an spontane Marktveränderungen



Handlungs(spiel)raum



Die größte Baustelle im Großkundenvertrieb

- › Betreuungsgrad sinkt mit jedem Kilometer Entfernung vom Autohaus
 - » Mangelhafte großkundenspezifische Prozessgestaltung
 - » Mangelhafte Systematik bei der Marktbearbeitung
 - » Konkrete Ansatzpunkte zur Potenzialerkennung fehlen
 - » Unzureichende Bestands- & Servicekundenbetreuung
 - » Nicht akquirierende Großkundenberater
 - » Allgemeine Überlastung in der Vertriebsabwicklung

Handlungspotenziale

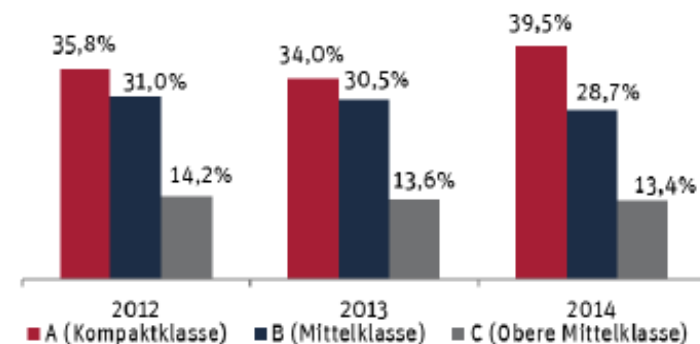


Handlungs(spiel)raum



Fehlentwicklungen des operativen Geschäfts

- › Ursache in der Regel fehlende strategische Planung und Steuerung
- › To do's für Verkaufsleiter
 - » Potenzialausschöpfung durch fundierte Gebietskenntnis
 - » Gebietsgerechte Organisations- und Teamstruktur
 - » Konsequenter umgesetzte Marketingstrategie
 - » Wirksame Anreizsysteme und Regelkommunikation
 - » Integration von Großkunden-Servicedienstleistungen

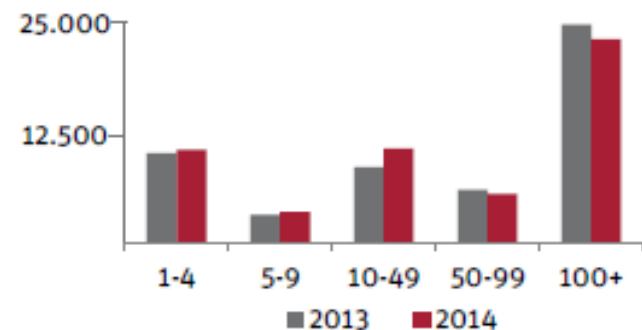


Verschärfter Wettbewerb



Welche Rahmenbedingungen bringt die Zukunft?

- › Fuhrparkdienstleister ernst zunehmender Wettbewerber
 - » Multioptionalität leicht ins Portfolio integrierbar
 - » Branche hat aus Fehlern der Vergangenheit gelernt
 - » Expertise und Flexibilität Mehrwert für Unternehmen mit großen Flotten
- › Großkunden reagieren noch sensibler auf den Preis
- › Loyalität der Fuhrparkentscheider sinkt kostenbedingt
- › Leistungsschwächen bilden Kostenfalle im Fuhrpark



Baustelle Großkundenvertrieb



Ende? Eröffnung des neuen Streckenabschnitts!

- › Transparenz und Dienstleistungsqualität unabhängig von Einzelpersonen
- › Akquisitionstarke Verkäufer mit großkundenspezifischer Qualifikation
- › Methodensichere Verkaufsleiter mit Führungsstärke und Steuerungskompetenz
- › Administrative Unterstützung durch großkunden-spezifisch qualifizierte Vertriebsassistenten
- › Servicebetreuung durch qualifizierte Großkunden-Serviceberater

