



Mandant

Internationaler Getränkekonzern

Ausgangssituation

Unser Mandant war aufgrund seiner Unternehmenshistorie stark volumenorientiert. Infolge gesättigter Absatzmärkte fand vor einigen Jahren ein Wandel hin zur erhöhten Renditeorientierung statt.

Leistung

Die Inmodo begleitete diesen Changeprozess mittels Einführung einer profitabilitätsorientierten Kanal- und Kundenplanung.

Zu Projektbeginn wurden alle Handelskunden sowie die bedeutendsten regionalen und überregionalen Getränkefachgroßhändler bewertet, u.a. hinsichtlich:

- ihrer spezifischen Rolle und Bedeutung im Kundenportfolio
- der Mechanismen, die den Vertriebs Erfolg bei einzelnen Kunden bestimmen
- aller ausschöpfbaren Absatz- und Ertragspotenziale

Den Schlüssel für die erfolgreiche, profitabilitätsorientierte Marktdurchdringung bildeten anschließend folgende Maßnahmen:

- Erarbeitung interner Richtlinien zur abgestimmten Bearbeitung und Betreuung der Kunden
- Bestimmung konkreter Ziele und Maßnahmen zur Erschließung der offenen Ertragspotenziale
- Coaching der Mitarbeiter im Vertrieb und Vertriebsinnendienst

Ergebnis

Die strategische und operative Kundenplanung werden jährlich durchgeführt und sind heute ein wichtiges Vertriebsinstrument. Die Lösung wurde zudem innerhalb des internationalen Gesamtkonzerns als Best Practise prämiert.