

ZIELVORGABE DES BTS NEGOCIATION RELATIONS CLIENT (NRC)

VERKAUF UND CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

1.1 Auf- und Ausbau der Kundschaft

- Ermittlung und Einordnung der Prospects, Bewertung des Potenzials und Segmentierung
- Ausarbeitung und Umsetzung von Akquisitionsplänen
- Budgetierung
- Planung und Kontrolle der Effizienz

1.2. Aushandlung - Verkauf

- Vorbereitung der Verhandlung durch Sammlung und Analyse von Informationen
- Auswahl und Umsetzung einer Aushandlungsmethode und eines individuell gestalteten Verkaufsplans
- Ausarbeitung einer Geschäftslösung mit dem Kunden
- Aushandlung der Vereinbarung, Einrichtung der Lösung
- Bewertung der kurz- und mittelfristigen Effizienz der Verhandlung
- Geschäftsabwicklung

1.3. Nachhaltige Wertschöpfung in der Kundenbeziehung

- Analyse und Bewertung der Kundschaft: Potenzial, Rentabilität und Risiko
- Planung und Einrichtung von Aktionen zur Kundenbindung (Beibehaltung, Erneuerung, Ausbau) bzw. zur Wiedereroberung der Kundschaft
- Suche und Umsetzung der Zusammenarbeits- oder Partnerschaftsmodalitäten
- Bewertung der Effizienz der Aktionen im Hinblick auf die Wertschöpfung

Erwartete Ergebnisse

Die Ergebnisse gehen auf die Zielsetzung ein und können sich folgendermaßen gestalten:

- Betriebsbereite qualifizierte Dateien (Prospects und Kunden),
- genau ermittelte und nach Rentabilität und Risiken gewichtete Segmente,
- berechnete Auswahl von Zielgruppen,
- Akquisitions- und Kundenbetreuungspläne (Tätigkeitsplanungen, Kundenbesuchspläne...),
- betriebsbereite Budgets,
- Kostenvoranschläge oder ausgehandelte Geschäftsangebote,
- Umsatz in Übereinstimmung mit dem Potenzial der Kundschaft unter Einhaltung der angestrebten Gewinnspannen,
- Aktionen zur Kundenbindung (Partnerschaften, Kommunikationsaktionen...),
- Analyse der Tätigkeit und der Ergebnisse im Hinblick auf Rentabilität und Kundenzufriedenheit.

Übersetzt mithilfe des Interreg – V Projekt „Erfolg Ohne Grenzen“



GESCHÄFTSINFORMATIONSMANAGEMENT

2.1 Integration des Geschäftsinformationssystems

- Umsetzung und Einhaltung der Zugriffs- und Kontrollverfahren des Informationssystems
- Ermittlung der verschiedenen Handelnden des Kommunikationsnetzes und ihrer Rollen
- Bewertung der Geschäftsdimension der Information
- Beherrschung der technologischen Ressourcen und ihrer Entwicklungen

2.2 Geschäftsinformationsmanagement

- Erfassung der Information im Rahmen einer Marktbeobachtung
- Analyse, Sortierung und Formulierung zweckdienlicher Informationen
- Zielgerichtete Weiterleitung von Daten in Bezug auf den Markt und den Kunden
- Systematische Nutzung der Geschäftsinformation im Rahmen der Kundenbeziehung

2.3 Beitrag zur Verbesserung des Geschäftsinformationssystems

- Bewertung der Effizienz des Informationssystems im Hinblick auf die geschäftliche Produktivität
- Bewertung der Auswirkungen des Informationssystems auf das berufliche Verhalten
- Suche nach alternativen Lösungen und Formulierung von Vorschlägen

Erwartete Ergebnisse

- Qualität der für das Geschäftsinformationssystem vorgelegten Informationen
- Abrufbarkeit und effizienter Umlauf organisierter und zweckdienlicher Informationen
- ständige Überarbeitung des Geschäftsinformationssystems
- gemeinsame Nutzung der Information im Rahmen einer Logik der offenen und kollektiven Kultur
- Nutzung der Information als Variable mit Einfluss auf die Kunden, den Markt und das Unternehmen

ORGANISATION UND MANAGEMENT DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

3.1 Lenkung der Geschäftstätigkeit

- Einrichtung des Ziel- und Vergütungssystems
- Einrichtung einer individuellen und/oder kollektiven Organisationsstruktur (Einteilung der Sektoren und/oder des Kunden-/Prospectbestandes)
- Planung der Geschäftstätigkeit
- Schulung, Leitung des Teams durch Motivation, Anregung und Unterstützung
- Ermittlung und Verwaltung von Betriebsstörungen

Übersetzt mithilfe des Interreg – V Projekt „Erfolg Ohne Grenzen“



3.2 Bewertung der Geschäftsleistung

- Einrichtung und Nutzung qualitativer und quantitativer Indikatoren zur Messung der Leistung
- Bewertung des Erreichungsgrades der Ziele und Analyse der Ergebnisse
- individuelle und kollektive Bewertung der Kompetenzen
- Formulierung von Vorschlägen zur Verbesserung der Betriebsweise des Vertriebsteams
- Tätigkeitsbilanz

3.3 Beteiligung am Aufbau und der Ausgestaltung des Vertriebsteams

- Definition der geeigneten Aufgaben, Profile und Rechtsstellungen
- Gegenüberstellung der Anforderungen und der zur Verfügung stehenden Kompetenzen
- Einrichtung der Struktur des Vertriebsteams und des Netzes
- Auswahl und Einsetzung einer Organisationsstruktur und internen Kommunikation
- Auswahl und Einsetzung der Einstellungs- und Schulungsmodalitäten
- Laufbahnberatung

Erwartete Ergebnisse

- Einrichtung einer effizienten Personalorganisation: Auswahl der Methoden, Überwachung der Verfahren, Nutzung von Hilfsmitteln, Ausarbeitung oder Änderung von Kundenbesuchsplänen, Zeitmanagement
- Beteiligung an der betriebsbereiten Einsetzung eines Vertriebsteams: Einstellung, Schulung, Vergütung, Organisationsstruktur, Definitionen und Erläuterung der Ziele
- Erstellung von Textdokumenten (Besuchsberichte...), bezifferten Dokumenten (Betriebsplanungen ...) und Bildmaterial (Dias für Sitzung ...), um Bericht zu erstatten oder Vertriebsitzungen zu leiten
- Einsetzung von Aktionen zur Anregung und Motivierung des Vertriebsteams
- Einrichtung eines Systems zur Überwachung und Verbesserung der Kompetenzen der Mitglieder des Vertriebsteams
- Streben nach Gesamtrentabilität des Unternehmens durch Sicherstellung der Erreichung der Ziele und Vorschläge zur Verbesserung der Vertriebseffizienz

UMSETZUNG DER GESCHÄFTSPOLITIK

4.1 Ausgestaltung des Geschäftsangebots in seinen verschiedenen Dimensionen

- Ermittlung des im Rahmen der Geschäftspolitik zulässigen Handlungsspielraums
- Analyse der günstigen Gelegenheiten/zwingenden Vorgaben
- Analyse des Kunden-/Prospectbestandes
- Anpassung der Geschäftsziele
- Berichtigung des Angebots durch Auswahl aussagekräftiger Wettbewerbsvorteile

Übersetzt mithilfe des Interreg – V Projekt „Erfolg Ohne Grenzen“



4.2 Umsetzung und Kontrolle des Geschäftsaktionsplans

- Auswahl und Planung der Aktionen in einem vorgegebenen Budgetrahmen
- Ausgestaltung der Ziele nach Aktionen
- Zuteilung der personellen, materiellen und finanziellen Mittel
- Umsetzung und Kontrolle der Aktionen

4.3 Beteiligung an der Entwicklung der Geschäftspolitik

- Vorschläge zur Änderung der Ziele und Zuteilung der hiermit verbundenen Ressourcen
- Vorschläge zur Änderung des Geschäftsangebots im Hinblick auf seine Dimensionen
Produkt, Preis, Kommunikation, Vertrieb

Erwartete Ergebnisse

- Eine kritische Analyse der Ziele des Unternehmens und der Umsetzung der vorgesehenen Aktionen
- Eine kohärente und effiziente Methodik, welche auf einer vorherigen Analyse des Marktes sowie einer Budget- und Betriebsüberwachung beruht, in der Sorge, die Reaktionsfähigkeit des Unternehmens unter gleichzeitiger Einhaltung der Rentabilitätskriterien auszubauen
- Ein Geschäftsaktionsplan, welcher sich in Anbetracht der Realitäten des Tätigkeitsbereiches des Vertriebsbeauftragten des Unternehmens betriebsbereit und zweckdienlich gestaltet
- Formulierung von Vorschlägen zur Änderung der Ziele und Zuteilung der hiermit verbundenen Ressourcen sowie zur Änderung des Geschäftsangebots in Einklang mit den erzielten Ergebnissen, mit deren Hilfe auf die Anforderungen des Marktes besser eingegangen werden kann.

Übersetzt mithilfe des Interreg – V Projekt „Erfolg Ohne Grenzen“

