

Sie möchten mehr Geschäft mit Neukunden machen und das Bestandskundengeschäft intensivieren. Sie planen eine Produkteinführung. Sie möchten Ihren Vertrieb planbarer und strukturierter gestalten. Ihre Ziele sollen mit konkret geplanten Maßnahmen erfolgreich umgesetzt werden. Lösungen für diese Aufgaben bietet ein Vertriebs- und Marketingplan, den wir mit Ihnen erarbeiten. Wir unterstützen Sie bei der Auswahl und dem methodischen Einsatz der für Sie richtigen Vertriebs- und Marketinginstrumente.

1. Nutzen

- Standortbestimmung in der bisherigen Vertriebs- und Marketingarbeit
- Konkrete Maßnahmenentwicklung für Ihr Unternehmen zur Erreichung der individuellen Zielstellungen: z. B. Erhöhung Bekanntheitsgrad, mehr Neukundengeschäft, Erschließung neuer Marktsegmente
- Konkreter, abrechenbarer Marketing- und Vertriebsplan, der Mitarbeiter einbezieht, fordert und fördert
- Führungsmethodik und Kontrollmechanismen in der Vertriebs- und Marketingarbeit

2. Vorgehensweise

2.1 Lastenheft

- Aufnahme der IST-Situation mittels Interview
- Stärken/Schwächen-Analyse im Marketing/Vertrieb

2.2 Pflichtenheft

- Workshop zur Erarbeitung der Marketing- und Vertriebsziele
- Vertriebs- und Marketingplan
- Vorstellung/Diskussion mit den Mitarbeitern

3. Inhalt des Plans

- Mission/Leitbild
- Quantitative und qualitative Ziele
- Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken der Produkte/Dienstleistungen – Entwicklungsstrategie
- Vertriebsprozess, Vertriebssteuerung
- Marketingmaßnahmen

Je nach Umfang der Aufgabenstellung beträgt der Aufwand i. d. R. zwischen 4 – 6 Projekttagen und wird nach Erarbeitung des Lastenhefts, das einzeln beauftragt werden kann, final abgestimmt.

[Anforderung Vertriebs- und Marketingplanung](#)