
Pressemeldung

Dirk Liebich: Mehr Gewinne im Vertrieb ohne einen einzigen Neukunden

Kostenloses E-Book „Das neue ABC der idealen Vertriebsplanung“ von Digital Tempus Deutschland

Neubewertung des Kundenportfolios statt kurzfristigen Gewinnstrebens: Dirk Liebich, [Digital Tempus Deutschland](#), empfiehlt dem Vertrieb einen anderen strategischen Ansatz. Wenn Unternehmen umdenken, können sie ihr Kundenpotenzial viel besser ausschöpfen. Mehr Gewinn ohne einen einzigen Neukunden? – Ein [neues E-Book](#) zeigt, wie die ideale Vertriebsplanung heute aussieht.

„Viele, wenn nicht sogar die meisten deutschen Unternehmen schöpfen in der Vertriebsplanung nicht annähernd das Potenzial aus, das in ihrem Kundenstamm liegt!“ Das meint Dirk Liebich, Geschäftsführer des Beratungshauses Digital Tempus Deutschland. „Deutsche Firmen investieren hohe Summen in Umstrukturierung. Aber nur in den seltensten Fällen werden bestehende Potenziale in diesem Bereich ausgeschöpft. Vertriebsoptimierung findet weiterhin nur unter dem Gesichtspunkt der Provisionsmaximierung statt.“

Eine unternehmensweite Bewertung der Kunden mit einem Instrument, das alle verstehen, findet oft nicht statt. So bleiben beispielsweise strategisch wichtige Kunden unbeachtet und werden daher zu wenig gepflegt. Liebich: „Dabei reicht eine einfache Analyse aus, um festzustellen, welche großen Gewinnsteigerungen allein aus dem Bestand heraus zu erreichen sind. Mit eindeutigen Zahlen ist die Überzeugungsarbeit im eigenen Unternehmen dann oft ganz leicht.“

Vertriebseffizienz, Kundenzufriedenheit und persönliche Bonusziele

In der gerade erschienenen Online-Publikation „Das neue ABC der idealen Vertriebsplanung“ zeigt Dirk Liebich, wie Unternehmen es schaffen umzudenken. Eine solche Vorgehensweise kommt allen zugute: Steigerung der Vertriebseffizienz, Erhöhung der Kundenzufriedenheit und das Erreichen der persönlichen Bonusziele im Einklang mit der Unternehmensplanung.

Hohe Gewinnchancen, so der Berater und Spezialist für Vertriebs- und Operationsplanung (S&OP), lägen in einer Neubewertung des Kundenportfolios und einer Neuverteilung des Kundenstamms. Und das völlig risikolos. Dass sich dennoch meist nichts ändere, sei vor allem darin begründet, dass jeder um seine Anteile fürchte: „Das ist verständlich. Aber es ist zu kurz gedacht. Hohe Umsätze zur falschen Zeit erzeugen zwar zunächst hohe Provisionen. Sie können das Unternehmen jedoch mittelfristig sogar in die Verlustzone manövrieren. Das schadet dem einzelnen Vertriebsmitarbeiter dann ebenso.“

Pressemeldung

Schritt-für-Schritt-Anleitung im kostenlosen E-Book

Das [E-Book](#), das kostenlos im [Magazin der Digital Tempus](#) heruntergeladen werden kann, führt Schritt für Schritt durch den gesamten Prozess. Der Autor beleuchtet das Thema aus Sicht von Management, Vertriebsleitung und einzelner Mitarbeiter. Er regt zugleich eine grundlegende Neuorientierung an und stellt praxisnahe Tools sowie Checklisten zur Verfügung. Dirk Liebich: „Den strategischen Neuanfang mit bestehenden Leads sollte jedes Unternehmen in Betracht ziehen, bevor es großangelegte Aktionen zur Neukundengewinnung startet!“

Der Link zum kostenlosen E-Book:

<http://magazin.digitaltempus.de/?p=1183>

Dirk Liebich ist Geschäftsführer von Digital Tempus Deutschland. Digital Tempus betreut mit Standorten in den USA und in Europa weltweit agierende Unternehmen und Konzerne in der Vertriebs- und Operationsplanung.

Verantwortlich für den Inhalt und Pressekontakt:

Dirk Liebich, Geschäftsführer

Digital Tempus GmbH & Co. KG
Schifferstraße 196
47059 Duisburg

Tel: +49-203-3483-370

presse@digitaltempus.de