

Das Verkaufsplanungskonzept

1. Situations-Analyse (Ist-Situation als Grundlage jedes Konzeptes)				
1.1. Interne Analyse (Stärken und Schwächen)		1.2. Externe Analyse (Chancen und Gefahren)		
Eigene Unternehmung: z.B. Organisation, Mitarbeiter, Finanzlage, Produkte und Dienstleistungen, Handelspartner, Logistik etc.		Umfeld: z.B. Markt- und Absatzpartner, Marktsystem, Mitbewerber, Handelspartner, Beeinflusser, Käufer sowie Umweltfaktoren etc.		
2. Verkaufsziele (Definition der Verkaufsziele, Hierarchie-Ebene „Bereich“)				
2.1. Vor-ökonomische Ziele (qualitative Ziele)		2.2. Ökonomische Ziele (qualitative Ziele)		
Beispiele: Image, Bekanntheitsgrad, Kundenzufriedenheit, Dienstleistungsqualität usw.		Beispiele: Umsatz, Absatz, DB, Kosten, Gewinn usw.		
3. Verkaufsstrategie (Definition der Verkaufsstrategien - die 6 Subvariablen des Verkaufes)				
3.1. Produktselektion (1)	3.2. Kundenselektion (2)	3.3. Feldgrösse (3)	3.4. Verkaufskontakte	
WAS: Teilmarkt-Strategie Ausgestaltung des Produktes und / oder der Dienstleistung	WEM: Marktsegment-Strategie: B2B oder B2C Klein-, Mittel- und Gross-Unternehmen)	WO: Zielmarkt-Strat. Ausrichtung lokal, regional, national, international, global	WIE: Vorgehen und Ausgestaltung der Verkaufskontakte.	
- Produkt / Dienstleistung - Sortiment	- Privat- oder Firmenkunden - Firmenart und -grösse	- geografisches Zielgebiet nach Standorten und Märkten	- Kontaktqualität (4) - Kontaktquantität (5) - Kontaktperiodizität (6) - Berechnung Personal	
4. Verkaufspläne (Planung der Ressourcen und der Infrastruktur)				
4.1. Primäre Verkaufspläne (Ressourcen-Planung)		4.2. Sekundäre Verkaufspläne (Infrastruktur-Planung)		
4.1.1. Umsatzpläne	4.1.2. Einsatzpläne	4.2.1. Organisationspläne	4.2.2. Personalpläne	4.2.3. Verkaufshilfenpläne
- Verkäufer AD - geogr. Gebiet - Produkte - Kunden - Org.-Bereiche	- Streupläne - Zeitpläne - Reisepläne - Verkaufsstufenpläne	- Aufbauorganisation - Ablauforganisation - Informationswesen gegen innen und aussen	- Selektions- - Motivations- (Entlohnung) - Ausbildungspläne	- Verkaufshilfen (technische und persönliche Hilfsmittel)
5. Verkaufsbudget (Planung der Kosten)				
5.1. Erlös	5.2. Vertriebskosten	5.3. Personalkosten	5.4. Betriebskosten	
- aus Umsatzplan 4.1.1.	- Kommunikation, Spesen, Distribution, Hilfsmittel	- Löhne und Gehälter, Sozial- u. Nebenkosten, Fahrzeuge usw.	- Einrichtung, Energie, Miete, Verwaltung, Zinsen usw.	
6. Verkaufskontrolle (Kontrollplanung - abgeleitet von den Zielen und Umsatzplänen)				
6.1. Vor-Ökonomische Kennzahlen		6.2. Ökonomische Kennzahlen		
Beispiele: Image, Bekanntheitsgrad, Kundenzufriedenheit, Dienstleistungsqualität usw.		Beispiele: Umsatz, Absatz, DB, Kosten, Gewinn usw.		