

Samasys FITNESS-CHECK

1. Fitness-Check der Marktbearbeitung

Im Gegensatz zur konventionellen Commercial Due Diligence ist der Fitness-Check von Samasys eine Analyse des „Innenlebens“ mit dem Ziel, den Status-Quo aller für die Marktbearbeitung relevanten Elemente einer Organisation abzubilden, d.h. der professionellen „Blick auf das Eingemachte“: in welchem Bereich von Organisationsaufbau, Prozessen und Ressourcen bestehen Schwachstellen, die einer durchgängig systematischen Marktbearbeitung im Wege stehen oder erschweren. Die Bestandsaufnahme ist ganzheitlich, d.h. er umfasst die Sichtweise auf Organisationsaufbau, Abläufe, Ressourcen/Instrumente, Kompetenzen, Kennzahlen sowie die operativen Arbeitsweisen des bzw. innerhalb des Vertriebs- und Marketing-bereichs. Durch diese Art der „Inventur“ werden bestehenden Druckpunkte, Schwachstellen und Hemmschwellen im aktuellen Arbeitsstatus identifiziert und im Hinblick auf die Leistungsfähigkeit bzw. die zukünftigen Wachstumsabsichten der Organisation bewertet.

Inhalte:

- | | |
|------|---|
| I. | Evaluierung Vertriebs- und Marketing-Strategie : Umfang & Detaillierungsgrad der Vertriebskonzeption, Qualität und Belastbarkeit Eckpunkte, Griffig- und Messbar-keit (u.a. als Roadmap heruntergebrochen), „interner Bekanntheitsgrad“, Verlinkung mit Rahmenbedingungen (z.B. Vergütungssystem), Kongruenz von V- und M-Strategie |
| II. | Evaluierung Organisationsstruktur, Rollen und Verantwortlichkeiten : Identifikation der Veränderungsbedarfe, um festgelegte Maßnahmen/Orga-Veränderungen durchzuführen/höhere Schlagzahl innerhalb V-Teams zu erreichen/ Zusammenarbeit mit M-Team zu optimieren (Synchronität zwischen V- und M-Aktivitäten) |
| III. | Evaluierung Kern-Prozesse, Prozessqualität und -Stringenz : Identifikation der Durchgängigkeit sowie Vollständigkeit der Kern-Prozesse, Ablauf- Effizienz und deren gelebter Umsetzung („Wildwuchs“) |
| IV. | Analyse und Bewertung Instrumente & Konzepte : Sales Funnel, Lead-Prozess (ZG-Raster, Lead-Beschaffung & -Qualifizierung, Techniken der Leadansprache, indiv. Kundenbearbeitungspläne, Umfang der Aktivitäten-Steuerung, etc. |
| V. | Evaluierung Vertriebs-Kompetenzen : Qualifikation, Effektivität, Attitüde/Denke (Kunden-/Abschluss-Orientierung/ Umsatz-/Ergebnis-getrieben, V-Kultur, Zielorientierung |
| VI. | Analyse Kennzahlen & Steuerungsmechanismen : wie sieht das Konzept der Vertriebssteuerung welche Kennzahlen/Vorgaben/Ziel-KPIs werden wie angewendet/ welche werden benötigen, wie groß ist der Gap, Möglichkeiten der Überbrückung/Extrapolation bzw. alternative Methoden einer Aktivitäten-Taktung, wie werden die Kennzahlen „gelebt“ und nachgehalten (Zahlenverständnis), Grundlage zur Ableitung von taktischen Maßnahmen, etc. |

Methodik

1. Einzelinterviews mit internen Experten und Führungskräften aus den betreffenden Funktionsbereichen (je nach Projektumfang: GF/MD, Vertriebsleitung, Leitung Marketing, Regionalleiter, Aussendienst sowie ausgewählten Know-how-Trägern aus Innendienst, ggf. auch Aftersales, Business Development, (Vertriebs)Trainings-Verantwortliche sowie Sales Projekt-Mgmt.).
2. Dokumenten-Screening (Qualität vorhandener Maßnahmen-Konzepte, Strategie-Dokumenten, Fortbildung-/Akademie-Inhalte, etc.).
3. Tool-Screening (Bestandsaufnahme und Evaluation im Einsatz befindlicher Marketing- und Vertriebstools, u.a. Kundensegmentierung, K-Qualifizierung, K-Steckbriefe/Personas, Sales Funnel, Customer Journey, Techniken Lead-Ansprache, Gesprächs-Leitfäden K-Ansprache/K-Dialog/K-Zusatzverkauf/Einwandbehandlung/etc, Kennzahlen: Cockpit, Leistungsmessung und Zielsetzungssystematik, Kundenbearbeitungspläne, Methoden der Aktivitäten-Steuerung, Marketing-Instrumentarium (Print, Digital), Zufriedenheitsanalysen, etc.
4. Interaktiver „brown-paper-Workshop: 1,5 - 2 tägige, moderierte Prozessaufnahme mit ausgewählten TN zur Aufnahme aktueller Vertrieb-/Marketing-Kernprozesse im derzeitigen Status Quo.
5. Datenanalysen von Umsätzen & Deckungsbeiträgen auf Land-/Segment-Kunden-/Produkt-/MA-Ebene sowie Leistungs-Bandbreiten, Lead-/Auftrags-Quellen, Erfolgsquoten, Reklamationsgründe/Quote, etc.

Ergebnis Fitness-Check:

Durch den Fitness-Check findet eine ganzheitliche Betrachtung derzeit bestehender Potenziale in der Vertriebs-Organisation, den Abläufen, den aktuellen Vorgehens- und Arbeitsweisen, den Schnittstellen zu angrenzenden Funktionen sowie der eingesetzten Instrumenten-Baukasten statt. Die Ergebnisse des Fitness-Checks werden in einem Bericht (Report-Format) zusammengefasst und in einem gemeinsamen Termin erörtert. Der Bericht beinhaltet Abgleiche an externen Benchmarks und best-practice-Vorgehensweisen und zeigt in Form von Handlungsempfehlungen auf, wie die bestehenden Schwachstellen gelöst und durch welche (ggf. zusätzlichen Methoden, Tools und Hilfsmittel) Vorgehensweisen standardisiert und gesetzte Ziele erreicht bzw. der derzeitige Leistungsstandards gesteigert werden können.

Zusätzlich beinhaltet der Fitness-Check eine Bewertung der (ggf. bereits) geplanten Maßnahme und Initiativen, um die Hebelwirkung der einzelnen Maßnahmen auf Umsatz bzw. Ergebnis vergleichbar zu machen und so eine Priorisierung der Maßnahmen abzubilden.