

## Vom Produkt- zum Systemverkauf

Ausrichten der Produkte und Dienstleistungen auf die Kundenbedürfnisse



Durch Kundennähe werden neue Kundenbedürfnisse rechtzeitig erkannt. Der Wettbewerbsvorteil erfolgt über das schnelle Neuausrichten der Produkte, der Dienstleistungen und der kundenorientierten Prozesse.

Der Kunde

- Knürr AG, CH-Fällanden
- Anbieter von elektrotechnischen Standardprodukten, Modifikationen und Sonderanfertigungen
- Anzahl Mitarbeiter: ca. 60

Das Ziel

- Etablieren einer auf die strategischen Ziele ausgerichteten, effizienten Führungs- und Prozessorganisation mit schlanken, prozessorientierten Strukturen.
- Entwickeln schneller und kurzer, am Kundenbedürfnis orientierter Geschäftsprozesse.
- Aufbau weniger und einfacher Schnittstellen zu Kunden, Lieferanten sowie zum Mutterhaus.

Die Lösung

- Strategische Rahmenbedingungen und Ziele der Gruppe bzw. Tochter übernehmen.
- Mittels Prozess- und Strukturanalyse Potenzialfelder ableiten und definieren.
- Prozesse durch Mitwirken des Teams verbessern oder neu definieren.
- Darauf basierend den Bestansatz für die Struktur ableiten, mit dem sich die Organisation von einer funktional- zu einer prozessorientierten entwickelt.
- Schaffen einer neuen Verkaufsstruktur weg vom rein regionalen Verkauf hin zum Verkauf nach Kundensegmenten und -bedürfnissen.
- Installieren eines Planungsprozesses (Absatzplanung) zum konsequenten Umsetzen der strategischen Vorgaben sowie des Gesamtprozesses ,Auftragserfüllung.
- Aufbauen eines E-Shops zum Bestellen von Standardprodukten.
- Weiterentwickeln der Verkaufsorganisation vom Produkt- zum Systemverkauf.

Der Nutzen für den Kunden

- Stärkerer Fokus auf die Kundenbedürfnisse und -lösungen sowie Know-how-Aufbau pro Kundengruppe.
- Höhere Professionalisierung sowie gesteigerte Effektivität und Effizienz.
- Stark verbesserte Qualität der Auftragsabwicklung in punkto Vollständigkeit, Termine und kürzeren Durchlaufzeiten.
- Erhöhter Direktverkauf von Standardprodukten über den Verkaufskanal Internet.