

Unternehmens- und Vertriebsstrategien sind Voraussetzung für den Erfolg

Impuls von HAJO Müller, Dozent der UNTERNEHMERSchule Andernach-Mendig-Pellenz

Ohne eine Strategie kann ein Unternehmen heutzutage langfristig nicht am Markt bestehen. Es gilt zu bestimmen, in welchen Bereichen ein Unternehmen führend sein soll, denn ein „one fits all“ passt selten. Also muss der Unternehmer seine strategischen Ziele in Bezug auf Kunden, Kosten, Konkurrenz, Preis/Leistung etc. festlegen. Daraus ergibt sich ein Image für die Kunden. Es muss klar erkennbar sein und es passen muss.

Wenn man basierend auf seiner Strategie über die verschiedenen Vertriebsmöglichkeiten nachdenkt, kommt man zwangsläufig auf den Vertriebstrichter, also den Prozess, wie aus Kundenkontakten Aufträge werden. Von der Zielgruppendefinition bis zum Kaufvertrag ist oft ein langer Weg zu überwinden, der in jedem Unternehmen eigenen Spielregeln folgt. Mehr oben in den Trichter hineinfüllen geht schlecht, wenn man z. B. an einen Standort mit vorgegebenen Kunden gebunden ist. Den Trichter erweitern, also Verluste verringern, kann in den diversen Stufen des Vertriebs auch zu einer Herausforderung werden. Hier gilt es die jeweiligen Kosten/Nutzen-Relation auf jeder Stufe genau zu analysieren. Auch die unterschiedlichen Vertriebskanäle müssen einer ständigen Erfolgskontrolle unterzogen werden, um die Effizienz hochzuhalten.

Es lässt sich auch nicht jedes Produkt sowohl an der Ladentheke als auch im Internet verkaufen. Aber eine Prüfung der digitalen Möglichkeiten ist sinnvoll, denn die Wettbewerber schlafen nicht. Es geht immer um die Frage, wie der Kauf für den Kunden attraktiv gemacht, zu einem Erlebnis gestaltet werden kann. Denn die meisten Käufer handeln emotional und nicht rational. Daher sind auch Preisstrategien, die sich am Markt und am Wettbewerb orientieren, für jedes Unternehmens ein wichtiger Baustein zum Erfolg.



Hermann-Josef (HAJO) Müller arbeitete mehr als 25 Jahre als angestellter Unternehmensberater in vielen Ländern. In dieser Zeit hat er hunderte Projekte im Telekommunikations- und IT-Umfeld geplant, akquiriert und geleitet. In einigen Unternehmen in Afrika und Asien übernahm er zeitlich befristete Management Positionen. 2012 ging er vorzeitig in den Unruhestand und beschloss, als selbständiger Berater tätig zu werden. Seitdem arbeitet er vorwiegend in der Köln-Bonner Region und unterstützt kleine und mittlere Unternehmen und Start-ups in markt- und wettbewerbsrelevanten Themen und übernimmt auch Positionen als Interim Manager oder in Aufsichtsräten. Außerdem unterrichtet er im In- und Ausland an Schulen und Universitäten zu Markt-, Vertriebs-, Organisations- und Führungsthemen.

<https://www.hajo-mueller.com>