

# Praxisbeispiel „Ist-Soll“

**Stakeholdergruppe:** Vertriebsleiter (VL) der GrundSolid AG

**Thema:** Service und Kundenorientierung

	<i>Ist (heute vorhanden...)</i>	<i>Soll (...künftig angestrebt)</i>
<b>Verhalten</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ich, als VL, spreche Neukunden produktbezogen an und erläutere die Vorteile davon, diese bei uns zu beziehen</li><li>2. Ich, als VL, besuche sympathische und wichtige Kunden regelmäßig, die anderen, wie es sich gerade ergibt</li><li>3. Ich verkaufe mehr und steigere den Umsatz, wo möglich steigere ich den Deckungsbeitrag</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ich komme auf Neukunden zu und erforsche mit offenen Fragen deren Bedarfe, um neue Produkte und Dienstleistungen anzubieten</li><li>2. Ich segmentiere regelmäßig, meine Kunden nach ABC-Logik (Überprüfung der Segmentierung 2x im Jahr)</li><li>3. Ich handle stets so, dass der Deckungsbeitrag steigt ggf. Umsatz sogar sinkt</li></ol>
<b>Einstellungen</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. „Ich bin ein guter (Produkt-) Verkäufer und tue das, was ich am besten kann. Das hat schon immer gut funktioniert“</li><li>2. „Ich verbringe die Zeit lieber mit dem Kunden, ich weiß doch, wer meine wichtigen Kunden sind, und brauche keine Papiermonster“</li><li>3. „Ich orientiere meine täglichen Aktivitäten daran, mehr Umsatz zu generieren“</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. „Ich sehe mich als Berater und ich habe die Erfahrung darin, die Probleme des Kunden zu verstehen, um mit meiner Expertise seine Probleme zu lösen“</li><li>2. „Wenn ich richtig priorisiere, ist das gut für mich und meine Kunden; und eine faktenbasierte regelmäßige Neusegmentierung hilft mir“</li><li>3. „Deckungsbeitrag ist mein größtes Ziel, wichtiger als eine Umsatzsteigerung“</li></ol>