



## 2.2. FOKUSSIERUNG IM VERTRIEB:

### ZIELE DIESER WERKSTATT

- Impulse für kundenzentrierte Unternehmens- und Vertriebsstrategie geben.
- Überblick über die Key Performance Indikatoren (KPIs) zur Unterstützung der Fokussierung des Vertriebs.
- Methoden für die Kundenanalyse und –bewertung kennenlernen.

### WERKZEUGE

- Strategiepyramide
- Radardiagramm für die Standortbestimmung
- Positionierung
- Kundenanalysen (quantitative, qualitative Marktforschung, Analytics, Design Thinking, etc.)
- Kundenbewertung (ABC- Analyse, Scoring Modelle, Customer-Lifetime-Value, etc. )
- Kundenbeschreibung (Persona, Customer Journey)

### INHALTE

- Ausgangspunkt für eine kundenzentrierte Strategie
- Standortbestimmung im Vertrieb
- Positionierung
- Zielmarkt und Zielkundenbestimmung
- Kundenanalyse, -segmentierung und -priorisierung mit geeigneten KPIs und Methoden

### WAS DABEI HERAUSKOMMT



MODERATOREN: CAROLINE SCHLIEPHAKE / ERHARD JERSCH