

Verkaufsplanung | Kontaktplan

Aufgabe 1

Situation: Die Firma Metalhead AG verkauft als Handelsunternehmen „elektrische Gitarren“ verschiedener Hersteller an Musikhäuser in der ganzen Schweiz. Bisher geschah das mehr intuitiv als verkaufsmässig geplant. Sie haben nun die Aufgabe, einen wirkungsvollen, realistischen Kontaktplan zu erstellen. Dafür stehen Ihnen folgende Analyseinformationen zur Verfügung:

- Sie betreuen 900 bestehende Kunden gemäss untenstehender Aufstellung. Zusätzlich sind bis Ende Konzeptperiode 60 Neukundenakquisitionen zu tätigen.
- A-Kunden werden neu 7x pro Jahr persönlich besucht und erwarten 6 telefonische Kontakte.
- Das Monatsmailing mit konkreten Aktionsangeboten erhielten bis heute nur die A- & B-Kunden. Dies soll sich nun ändern.
- Die Planungsperiode beträgt 12 Monate.
- Wir beschäftigen 3 ADM und 2 IDM. Letztere haben an rund 140 Arbeitstagen jeweils 2h freie Kapazität für Telesales.
- Unser AD wird künftig 5 Besuche pro Tag durchführen.
- Pro Telefonstunde sind 5 Nettokontakte möglich.
- C-Kunden werden wir künftig mind. jährlich besuchen, um den persönlichen Kontakt aufrecht zu erhalten.
- Die Erstkontakte mit potentiellen Neukunden erfolgen "kalt", also ohne telefonische Voranmeldung. Die Abschlussquote auf solche Besuche hin liegt erfahrungsgemäss bei 20%.
- Die ADMs liefern 180 reine AD-Tage pro Jahr.
- Um die Bindung zu verstärken wird jeder neu gewonnene Kunde im 1. Jahr monatlich (ab Folgemonat) besucht. Hier wird in dieser Zeit auf telefonische Kontakte verzichtet.
- Der Verkaufsleiter führt - um am Puls des Marktes zu bleiben - jährlich 30 persönliche Besuche durch.
- B-Kunden werden doppelt so häufig telefonisch kontaktiert wie C-Kunden.

Vervollständigen Sie aufgrund dieser Angaben Ihren Kontaktplan:

Kat	Anz	Kontakt-Quantität & -Qualität				Total K.	pers. Bes	tel. Kont.	schriftl K.	Total K.
		pers. Bes.	tel. Kont.	schriftl K.	Total K.					
A	100									
B	300									
C	500									
Neu-Kd.										