

1 HINTERGRUND & AUSGANGSSITUATION

In den vergangenen 12 Monaten ist die Auftragsquote im Vertrieb rückläufig. Trotz stabiler Kundenanfragen sinkt der Anteil erfolgreich gewonnener Aufträge.

Folgen: Marktpotenziale werden nicht ausgeschöpft, Aufwand für Angebotserstellung steigt ohne entsprechende Auftragseingänge. Ziel: Ursachen identifizieren, Vertriebseffektivität nachhaltig verbessern.

2 IST-ANALYSE / PROBLEMDARSTELLUNG

- Angebotsquote (Angebote zu Anfragen): stabil
- Auftragsquote (Aufträge zu Angeboten): von 28 % auf 24 % gesunken
- Zunahme verlorener Angebote bei Bestandskunden
- Rückmeldungen zu langen Angebotslaufzeiten
- Preisabweichungen gegenüber Wettbewerbern werden häufiger genannt
- Nachverfolgung offener Angebote erfolgt nicht einheitlich

3 ZIELZUSTAND

Steigerung der Vertriebseffektivität und Verbesserung der Auftragsquote.

- Messbare Ziele:
- Auftragsquote auf mindestens 29 % erhöhen
 - Angebotsdurchlaufzeit um 15 % verkürzen
 - Standardisierte Angebotsnachverfolgung etablieren
 - Transparenz über Verlustgründe erhöhen
 - Kundenkommunikation während Angebotsphase verbessern

4 MASSNAHMENPLAN

- Gewonnene und verlorene Angebote analysieren
- Häufigste Verlustgründe auswerten
- Angebotsdurchlaufzeiten überprüfen
- Preisstruktur und Wettbewerbsfähigkeit analysieren
- Strukturiertes Angebots-Tracking einführen
- Angebotsnachverfolgung standardisieren
- Regelmäßige Vertriebskennzahlen etablieren

5 URSACHENANALYSE

Problem: Auftragsquote ist rückläufig.

Warum 1: Kunden entscheiden sich häufiger für Wettbewerber.
Warum 2: Angebote werden teilweise zu spät abgegeben oder nicht nachverfolgt.
Warum 3: Kein einheitlicher Nachfassprozess vorhanden.
Warum 4: Keine verbindlichen Standards zur Angebotsverfolgung.
Warum 5: Kennzahlen zur Angebotsqualität werden nicht ausgewertet.

Weitere Ursachen: lange Bearbeitungszeiten, unvollständige Kalkulation, fehlende Marktinformationen.

6 GEGENMASSNAHMEN

- Standardisierten Angebots- und Nachfassprozess einführen
- Verbindliche Reaktions- und Bearbeitungszeiten definieren
- Verlustgründe systematisch erfassen
- Angebots- und Auftragsquoten regelmäßig auswerten
- Vertriebsmitarbeiter schulen (Angebotsverfolgung, Kundenkommunikation)
- Zusammenarbeit Vertrieb, Kalkulation und Technik verbessern
- Vertriebs-Dashboard mit relevanten Kennzahlen einführen

7 UMSETZUNG & ERGEBNISSE

- Zwischenstand nach 3 Monaten:
- Auftragsquote: von 24 % auf 26 % gesteigert
 - Angebotsdurchlaufzeit: um 12 % reduziert
 - Nachfassquote deutlich erhöht
 - Verlustgründe werden systematisch dokumentiert
 - Verbesserte Transparenz über Vertriebsaktivitäten

Bewertung: Strukturierte Nachverfolgung und verbesserte Kundenkommunikation zeigen positive Wirkung.

8 STANDARDISIERUNG & NACHVERFOLGUNG

- Verbindliche Vertriebsprozesse dokumentieren
- Nachfassprozess als Standard etablieren
- Angebots- und Auftragskennzahlen regelmäßig berichten
- Erkenntnisse aus verlorenen Angeboten systematisch nutzen
- Vertriebs-Dashboard pflegen und überwachen
- Kundenfeedback strukturiert erfassen
- Kontinuierliche Verbesserung der Vertriebsprozesse sicherstellen