



Projektbeispiel

Ertragsorientierte Kundenportfolio-Optimierung

THEMENBESCHREIBUNG

Häufig analysieren Unternehmen die erzielten Erträge auf Basis der Produkte und Artikel. Was verdienen wir mit unseren jeweiligen Kunden? Diese Frage kann aufgrund fehlender Ertragsbetrachtung auf Kundenbasis nur lückenhaft oder nur grob beantwortet werden. Alle realisierten Umsätze und durch den Kunden verursachte Kosten müssen konsolidiert betrachtet werden. Für diese Betrachtung fehlen meist angepasste Rechenmodelle.

KOMPETENZEN

- Customer Value Konzepte
- Analyse der Kundenstrukturen und dessen Beurteilung
- Beurteilung der Datenverfügbarkeit und Datenqualität
- Kundenertragsbasierte Preis- und Konditionengestaltung
- Lieferung von Quick Wins durch Kundenertragsbetrachtung
- Kundenindividuelle Entwicklungs-Roadmap
- Konzepte für individuelle sensible Kundenansprache

FALLBEISPIEL

Ein Unternehmen aus der Baustoffzuliefererindustrie hat sich stark auf einzelne Artikelerträge konzentriert. Dabei stand in der Ertragsbetrachtung ein Warenkorb an diversen Artikeln und Produkten, die den entsprechenden Zielertrag liefern sollten. Die kundenbasierte Erfolgsbetrachtung fehlte gänzlich. Dies führte dazu, dass einzelne Produkte im Warenkorb zwar große Erträge abgeworfen haben, bestimmte Kunden jedoch systematisch negative Deckungsbeiträge erwirtschaftet haben. Die Ursachen sind zum einen auf fehlerhafte Angebotskalkulationen zurückzuführen, auf der anderen Seite waren Mindestbestellmengen und –werte falsch definiert. Zudem haben Konditionspolitische Instrumente keine Differenzierung zwischen ertragsstarken und ertragsschwachen Kunden gekannt, was insgesamt zu ungünstigen Ertragsstrukturen geführt hat.

ERZIELTE ERGEBNISSE BEIM KUNDEN

- Aufsetzen einer individuell angepassten dreistufigen Kundenertragsrechnung
- Sprungfixe Ertragssteigerung durch Trennung von sehr unrentablen Kunden, die kein Entwicklungspotenzial aufweisen
- Neustrukturierung und Klassifizierung des Kundenportfolios
- Neugestaltung der Kundenpreise und –konditionen
- Konditionsblätter für jährliche Preis- und Konditions-Verhandlungen mit Kunden
- Transparente Ertragssituation der Kundengruppen und individuelle Maßnahmen zur Kundenertragsentwicklung