

Kundenpotenzial-Checkliste

Warum sind die Informationen über das Kundenpotenzial so wichtig?

1. Sie bilden die Grundlage für eine Bewertung des Marktrisikos : wie entwickelt sich die Kundenbasis hinsichtlich Umsatz- und Ertragschance
2. Mit dem Wissen über das Kundenpotenzial wird der Schwerpunkt der vertrieblichen Arbeit auf die „richtigen“ und „wertvollen“ Kunden gelenkt.

Es sind nicht alle Kunden gleich viel „wert“, potenzialstarke Kunden benötigen mehr Aufmerksamkeit, um sie erfolgreich auszuschöpfen. Es lohnt sich aber, die vertriebliche Kapazität hier mit Vorrang einzusetzen.



Lintea Unternehmensberatung
Dipl.-Ing. Michael Wentzke
Rootsoll 32
22397 Hamburg

Tel. 040/60847746
Fax 040/60847745
michael.wentzke@lintea.de
www.lintea.de

1. Bedeutung für die Marktbearbeitung

- Bestandskunden werden häufig nach dem erzielten Umsatz (klassische ABC - Analyse) bewertet:
- Wir sehen oftmals nur Zahlen aus der Vergangenheit und nicht die zukünftige Umsätze
- Der erzielte Umsatz sagt noch nichts darüber aus, wie hoch unser Anteil an dem Auftragsvolumen des Kunden war und wie er zukünftig aussehen könnte
- Ob ein Kunde starkes oder schwaches Potenzial hat, ist für den zukünftigen Umsatz und Ertrag bedeutsam
- Sie benötigen einen Maßstab dafür, bei welchen Interessenten und Kunden Sie Ihre Vertriebskapazitäten im Markt einsetzen.

2. Bewertungskriterien des Kundenpotenziales

- **Kundenmarkt**
 - ❖ Absolute Marktgröße in Absatzmenge oder Umsatz
 - ❖ Jährliches Wachstum
 - ❖ Schwankungsintensität
- **Marktstellung des Kunden**
 - ❖ Branchenposition: Top-Player, Mitläufer oder Nachzügler
 - ❖ Umsatz und Umsatzwachstum
 - ❖ Bonität und Wirtschaftskraft
 - ❖ Innovationskraft (Zahl neuer Produkte, Patente)
- **Wettbewerbsfähigkeit des eigenen Produktes beim Kunden**
 - ❖ Kann einen Wertbeitrag für den Kunden leisten
 - ❖ Unterstützt die Wirtschaftlichkeit oder Innovation