

Checkliste Kundenselektion

1. Beurteilungskriterien

1.1. Umsatz/Absatz

- Erzielter Umsatz/Absatz pro Zeiteinheit

1.2. Rentabilität

- Deckungsbeträge, Gewinne
- Betreuungsaufwand

1.3. Potential

- Grösse
- Gesamte Bestellmenge des Kunden im "eigenen" Produktbereich (Eigene Lieferungen plus Lieferungen von Konkurrenten)
- Cross-Selling-Potential: Potential für andere Produkte aus dem eigenen Sortiment
- Zukünftiges Potential aufgrund von Projekten des Kunden, Markttrends etc.

1.4. Bonität, Zahlungsmoral

- Finanzielle Situation
- Einhaltung von Zahlungszielen

1.5. Referenzfunktion

- Bekanntheit und Image des Kunden als Referenz für weitere Verkaufsaktivitäten
- Empfehlungsaktivitäten des Kunden

1.6. Kooperationsbereitschaft

- Kooperationsbereitschaft bezüglich Projekten, Neueinführungen, VF-Aktionen etc.
- Emotionale Faktoren

1.7. Strategische Ausrichtung

- Strategiekonformität der (einzelnen) Kunden

2. Selektionsmassnahmen

2.1. Die ABC-Kundenselektion

- A-Kunden: Top-Kunden
- B-Kunden: Gute Kunden
- C-Kunden: Schwache Kunden
- Mögliche weitere Kategorien: D-Kunden (verlorene Kunden, sehr schwache Kunden, potentielle Kunden), Interessenten

2.2. Key Accounts (= Schlüsselkunden)

- Aus den A-Kunden ausgewählte Top-Kunden, welche für das eigene Unternehmen sehr wichtig sind

2.3. Kundenportfolioanalyse

- Mehrdimensionale und graphische Darstellung der einzelnen Kunden oder Kundengruppen mittels der Portfoliotechnik (nach den obengenannten Kriterien)

Quelle: Marketing-Checklisten-Manager

Weitere kostenlose Checklisten gibt es unter <http://www.marketing-checkliste.de>