



Checkliste Identifizierung Zielkunden oder neue Lieferanten

mod21 11/2015

Dies ist ein Leitfaden zum systematischen Vorgehen bei der Identifizierung neuer Kunden oder Lieferanten im Rahmen der Vertriebs- oder Einkaufsaktivitäten von Unternehmen.

Executive Summary

Die Identifizierung von Zielkunden oder Lieferanten besteht daraus, Unternehmen aus zahlreichen Quellen zusammenzuführen und diese Unternehmen genau zu prüfen.

Die Prüfung muss auf Basis zuvor festgelegter Kriterien erfolgen. Insbesondere die genaue Definition der Kriterien angepasst an den Bedarf von Vertrieb und Einkauf führt zu einem relevanten Ergebnis. Auf Basis einer qualifizierten Unternehmensliste kann man seine Ressourcen auf das Wesentliche konzentrieren.



Desk Research zur Identifizierung von Zielkunden und neuen Lieferanten. Wozu?

Was leistet eine sorgfältige Identifizierung von relevanten Unternehmen?

- Die Auswahl potentieller Unternehmen erfolgt aus einer Vielzahl von Quellen.
- Unwesentliche Unternehmen werden vorab aussortiert.
- Generierung einer finalen Liste, welche nach wichtigen Kriterien sortiert werden kann.
- Priorisierung von Unternehmen bietet die Möglichkeit sich zuerst auf „high Potentials“ zu konzentrieren.

Was nutzt ein sorgfältige Identifizierung von relevanten Unternehmen?

- Konzentration auf die richtigen potentiellen Partner reduziert den aktiven Akquirierungsaufwand.
- Die Ausschöpfung aller zur Verfügung stehenden Quellen gibt Sicherheit, „alle“ potentiell relevanten Unternehmen in Betracht zu ziehen.
- Den Zugriff auf eine „finale“ Liste, die nur Unternehmen aufweist, welche Ihren Kriterien entsprechen – nicht zu klein oder zu groß, nicht Händler statt Produzent ...
- Ausschließlich relevante Datensätze werden in das kundeneigene CRM überführt und keine Datenflut.

Planung einer Zielkunden- und Lieferantenidentifizierung



„Welche Unternehmen sollen erfasst werden?“

Festlegen der Branche

Benennung der Leistungen / Produkte

Bestimmung der Region



mod21 marketing intelligence on demand.

1. Auswahl der Unternehmen

Definition der Branche

Definition, der zu untersuchenden Branche

- nach SIC Code und/oder allgemeingültiger Bezeichnung
- Eingrenzung der Branche auf das relevante Segment

Benennung der Leistungen/Produkte

Weitgefasste Benennung der Leistungen/Produkte :

- Sammlung aller „möglichen“ Begriffe, die für diese benutzt werden
- Ergänzung um die englischen Begriffe für die Leistungen/Produkte
- Auswahl von Produktbildern bei sehr speziellen Produkten
- Benennung einiger wichtiger Key Player zur Orientierung

Bestimmung der Region

Genauen Standortbestimmung abgestimmt auf Vertriebskapazitäten und logistische Möglichkeiten

- Festlegung der relevanten Länder
- Bestimmung der Region z.B. Süden/Westen, ländlich/urban

„Nach welchen Kriterien prüfe ich die Unternehmen und welche priorisiere ich?“

*Bestimmung relevanter Unternehmensdaten
Einbindung produkt-/leistungsbezogener Kriterien
Festlegung der Prioritäten - was ist uns wichtig?*



mod21 marketing intelligence on demand.

2. Bestimmung von Kriterien für die Prüfung

Unternehmenskriterien

- Standort Headquarter
- Unternehmensumsatz
- Anzahl der Mitarbeiter
- Anzahl und Standorte der Produktionsstätten
- Tätigkeitsschwerpunkt
- Zielbranchen

Technologien, Kapazitäten, Sonstiges

- Relevante Fertigungstechnologien
- Vorhandene Produktionskapazitäten
- Verwendete Rohmaterialien bzw. Halbzeuge
- Investitionsvolumina
- Eigene F&E Abteilung, Zertifizierungen

Priorisierung

- Festlegung welche Kriterien besonders wichtig sind

„Welche Quellen nutze ich?“ *Festlegung der relevanten Quellen*



3. Datensammlung

Welche Quellen wähle ich für die Identifikation?

- Firmendatenbanken
- Messen bzw. Ausstellerlisten
- Teilnehmerlisten von Kongressen, Seminaren
- Lieferantenverzeichnisse
- Mitgliedslisten von Verbänden
- TOP Listen
- Studien
- Fachpresse

„Welches Format ist sinnvoll?“
Formatauswahl
Bestimmung der Detailformatierung



4. Bestimmung des Formats

1. Schritt - Analyse

- Wer sind die Adressaten, Verwender der Unternehmensliste?
- Wozu soll die Liste verwendet werden?
- In welche Datenbanken bzw. CRM Systeme sollen die Ergebnisse eingespielt werden?
- Wie ist die kundeninterne Formatierung in den Datenbanken bzw. CRM Systemen

2. Schritt - Festlegung

- Bestimmung des Formats (in der Regel Excel)
- Welche Kriterien (Umsatz, Produktionsstandorte oder Headquarter...) sollen in der Zielkunden- bzw. Lieferantenliste erfasst werden?
- Wie sollen Detaildaten erfasst werden wie z.B.
 - Telefonnummern , damit die Liste in das kundeneigene System ohne Anpassungen überspielt werden kann
 - Umsatzzahlen, damit die Liste danach sortiert werden kann
- Festlegung der Kriterien für die Priorisierung z.B. Unternehmensgröße, Tätigkeitsschwerpunkte, Zertifizierungen ...

„Was kann mittels der Auswertung bekommen bekommen?“

Short List statt Long List

Ansprechpartner

Verifiziertes Interesse

Marktanalyse



mod21 marketing intelligence on demand.

5. Auswertung

Welche Ergebnisse kann die Auswertung bieten?

- Eine geprüfte Liste von relevanten Unternehmen (Short List) ausgewählt aus der ungeprüften aus allen Quellen zusammengeführten Unternehmensliste (Long List).
- Identifizierte Kontaktpersonen in den Unternehmen
- Telefonische Verifizierung, ob der Eignung z.B. für den Einkauf:
 - Unternehmen hat grundsätzlich Interesse Lieferant des Kunden zu werden
 - Ausreichend Kapazitäten und die richtigen Technologien sind im Unternehmen vorhanden
 - Preise für Produkte bzw. Fertigung
- Marktanalyse auf Basis der statt gefundenen Auswertung mit Antworten auf Fragen wie Branchenstruktur, Standortcluster, Key Player etc.



Verfasser

mod21 OHG

Franz-Knauff-Straße 2-4

69115 Heidelberg

Tel: +49 6221 - 65 96 068

Fax: +49 6221 - 72 72 680

URL: www.mod21.de

Jenny Ripke

Managing Partner

Tel: +49 6221 - 72 84 148

Fax: +49 6221 - 72 72 680

E-Mail: j.ripke@mod21.de