



TCW-Presseinformation  
Nr. 141  
März 2004

## **Vertriebssteuerung – Leitfaden zur Entwicklung von organischem Wachstum in globalen Märkten**

Wachstumsziele werden in vielen Branchen kaum oder nur noch unbefriedigend erreicht. Hierbei stellt sich die Frage, mit welchen Methoden und Ansätzen neues Wachstum erreicht werden kann und wie der Vertrieb zu steuern ist, um dieses zu erzielen. Der Leitfaden liefert dazu eine Vorgehensweise und Instrumente um weiteres Wachstumspotenzial zu identifizieren und zu erschließen: Die Praktikabilität dieser Vorgehensweise und der Instrumente wird anhand einer Fallstudie belegt.

(Zeichen: 567 mit Leerzeichen)

Externes Wachstum hat in der Vergangenheit in drei von vier Fällen nicht zum gewünschten Ergebnis geführt. Dabei besteht in globalen Märkten bei internem – organischem – Wachstum das Risiko des „zu Spät“ und des „zu Wenig“. Zur Schließung dieser Diskrepanz veranschaulicht der Leitfaden Vertriebssteuerung eine exemplarische Vorgehensweise zur Identifikation und Realisierung von organischen Wachstumspotenzialen und belegt deren Praktikabilität anhand einer Fallstudie. Eine umfangreiche Auswahl an Methodenbausteinen unterstützt die Implementierung einer effizienten und effektiven Vertriebssteuerung.

(Zeichen: 603 mit Leerzeichen)

Welche Bedeutung eine effektive und effiziente Vertriebssteuerung in Zeiten der Globalisierung von Märkten und der Intensivierung des Wettbewerbsdrucks hat, veranschaulicht die in diesem Leitfaden vorgestellte Vorgehensweise zur Erschließung von Wachstumspotenzialen. Insbesondere der Orientierung an Kunden, dem Wettbewerb und nicht zuletzt der Rendite wird hierbei im Bezug auf Wachstumsstrategien Aufmerksamkeit geschenkt. Gestaltungsfelder wie Markteintrittsstrategie, Produkt- und Programmpolitik, Distributions- und Kontrahierungspolitik werden ebenso erläutert wie Vertriebsprozessgestaltung, -organisation und -controlling.

(Zeichen: 631 mit Leerzeichen)

Mit welchen Methoden eine effiziente und effektive Vertriebssteuerung implementiert und weitere Wachstumspotenziale organisch erschlossen werden können ist eine wesentliche Fragestellung in Zeiten der Globalisierung und stagnierender Märkte. Im Leitfaden Vertriebssteuerung werden Methoden wie die Marktforschung/-analyse, Länder- und Marktselektion, die

Kundenidentifikation und -wertanalyse, Produkt-Portfoliomanagement und Sortimentsanalyse ebenso erläutert wie Kundenzufriedenheitsanalysen, CRM und Channel Management, um weitere Wachstumspotenziale erschließen zu können.

(Zeichen: 576 mit Leerzeichen)

Der Leitfaden ist im Münchener TCW-Transfer-Centrum-Verlag erschienen und zum Preis von EUR 250,- zzgl. Versandkosten zu erhalten bei:

TCW Transfer-Centrum GmbH für Produktions-Logistik und Technologie-Management  
Leopoldstraße 145, 80804 München.

Tel.: 089 / 360 523 – 0, Fax: 089 / 361 023 20

Internet: <http://www.tcw.de>; E-Mail: [mail@tcw.de](mailto:mail@tcw.de) □

(Zeichen: 339 mit Leerzeichen)