Projekt Story

conlab | MANAGEMENT CONSULTANTS

Wachstum durch zusätzliche Vertriebsstützpunkte im Baustoffhandel

Peter Ludewig
Senior Consultant

E-Mail:
pludewig@conlab.de
Mobil:
+49 172 419 34 64

Branche	Handwerk und Bau / Baustoffhandel
Kompetenz	Marketing und Vertrieb
Detailkompetenz	Aufbau von Vertriebsstützpunkten außerhalb der Stammregion
Projekt	Wachstum durch zusätzliche Vertriebsstützpunkte im Baustoffhandel
Unternehmen	Hochspezialisierter Baustoffhandel mit ca. 70 Mitarbeitern. Tochterunternehmen einer mittelständischen Industriegruppe mit ca. 600 Mitarbeitern. Das Handelsunternehmen hat die regionale Marktführerschaft im Marktsegment. Zielgruppe sind mittelgroße bis große Bauunternehmen aus Hoch- und Ingenieur-bau sowie Beton-Fertigteilwerke. Innerhalb der speziellen Nische konnten in der bearbeiteten Region keine größeren Marktanteilsgewinne mehr erzielt werden. Gleichzeitig verfügt das Unternehmen über eine mit Bauingenieuren besetzte Kalkulationsabteilung, die freie Kapazitäten bereithält.
Aufgaben und Projektinhalte	Das Vertriebsgebiet sollte überregional erweitert werden, ohne dass neue Niederlassungen mit kompletter Infrastruktur aufgebaut werden müssen. Über neue Vertriebsmitarbeiter in anderen Regionen sollten Neukunden hinzugewonnen und im Außendienst betreut werden können. In Verbindung mit den Kapazitäten in Logistik und Vertriebsinnendienst in der Zentrale sollte auch den neuen Kunden ein ansprechendes Leistungspaket angeboten werden können. Die mit Bauingenieuren besetzte Kalkulationsabteilung sollte als Alleinstellungsmerkmal auch die überregionalen Kunden überzeugen. Durch die Kombination von „Handlagern“ in der Nähe der neuen Außendienstmitarbeiter sowie der Zusammenarbeit mit Logistik-Dienstleistern sollte das Fehlen von Niederlassungen kompensiert werden.
Ergebnisse	Über ein attraktives Gehaltspaket bestehend aus Fixgehalt, Dienstwagen und Provision konnten rasch drei geeignete Außendienstmitarbeiter in unterschiedlichen Regionen für das Unternehmen gewonnen werden. Es konnten sehr schnell neue Kunden gewonnen werden, die vor allem durch das Alleinstellungsmerkmal Kalkulationsabteilung überzeugt werden konnten. In keiner der drei Regionen gab es einen Händler mit einer solchen Abteilung. Die Außendienstmitarbeiter haben durch ihre regionale Vernetzung kostengünstige kleine Lager finden können. Über die Zentrale wurden sowohl feste Touren als auch „Expresslieferungen“ eingerichtet. Zusammen mit den Handlagern der Außendienstmitarbeiter konnte so eine optimale Belieferung der Kundenbaustellen sichergestellt werden.