

# Steigerung der Vertriebsproduktivität durch Kundenmanagementprogramme

◆ von Sven Riner

Ein Vergleich zeigt: Kundenmanagementprogramme rund um relevante Themen wie Sicherheit, Gesundheit oder Energieeffizienz führen zu erstaunlichen Effekten in Bezug auf die Produktivität von Vertriebseinheiten. Insbesondere gewinnen Kundenmanagementprogramme klar im Vergleich zu anderen Verkaufsförderungsmaßnahmen.

In Gesprächen mit Vertriebsfachleuten und Marketingverantwortlichen von Dienstleistungsunternehmen zeigt sich eine breite Unzufriedenheit mit der Wirksamkeit herkömmlicher Marketingmassnahmen.

Die Gründe dafür liegen auf der Hand. Jährlich steigt die Anzahl der Werbepostkarten, welche auf Konsumenten einprasseln. Die verstärkte Werbepresenz führt beim Kunden zu einer gezielten Ausblendung dieser Botschaften.

Ebenso wird die Wirksamkeit von klassischen vertriebs-spezifischen Massnahmen – wie der Incentivierung der Mitarbeiter über Wettbewerbe oder das Gewähren von Rabatten – zunehmend bemängelt. Bei Wettbewerben beispielsweise sind diejenigen Mitarbeiter regelmässig vorne anzutreffen, welche auch ohne zusätzlichen Anreiz Topergebnisse liefern. Die Rabattierung von Vertragsabschlüssen verstärkt die Preisdiskussion, welche Vertriebsmitarbeiter eigentlich zu verhindern suchen.

Kundenmanagementprogramme von synesix zeigen einen neuen Weg: Werden Kundenkontakte systematisch rund um relevante Themen wie Sicherheit, Gesundheit und Energieeffizienz gestaltet, steigt die Kaufbereitschaft beim Kunden und die Vertriebseffektivität nimmt markant zu. Ein Kundenmanagementprogramm wirkt nicht nur auf den Erstkontakt, sondern garantiert auch eine definierte Frequenz an Folgekontakten, welche nachweislich zu einer gesteigerten Kundenzufriedenheit und damit auch zu erhöhter Kundenbindung führt.

Im Vergleich zu herkömmlichen Marketingmassnahmen erzielen Kundenmanagementprogramme stark positive Effekte in

Bezug auf vertriebsrelevante Kennzahlen. Einige Beispiele für solche Effekte finden sich in der Tabelle „Produktivitätssteigerung durch Kundenmanagementprogramme“. Die Zahlen wurden in den vergangenen Jahren in Kundenprojekten erhoben.

◆ **Kurzportrait synesix solutions AG**

Die synesix solutions AG ist ein Lösungsanbieter, der für Versicherungen, Banken und Energieversorgungsunternehmen im Bereich Kundenmanagement Programme zur Neukundengewinnung, Verkaufssteigerung und Kundenbindung konzipiert und implementiert.



◆ **Autor**



**Sven Riner**  
 Leiter Implementierung  
 Lange Gasse 8  
 4052 Basel  
 Schweiz  
[sven.riner@synesix.com](mailto:sven.riner@synesix.com)  
[www.synesix.com](http://www.synesix.com)

Sven Riner verfügt über langjährige Erfahrung in Vertrieb, Vertriebsführung, -ausbildung und -coaching. Während mehrerer Jahre hat er eine Abteilung im Marketingbereich einer Versicherungsgesellschaft geleitet. Er hat internationale Projekterfahrung und ist bei synesix für die Implementierung von Kundenmanagementprojekten verantwortlich.

Case	Massnahme	Budget	Effekt	Produktivität
1	Rabatt von 10 % auf Neuabschlüsse	1 800 000 CHF	Steigerung Neuabschlüsse	5 %
	synesix Neukundengewinnungsprogramm	1 000 000 CHF	Steigerung Neuabschlüsse	20 %
				× 2.0
2	Sonderprovision/Abschluss 130 EUR	100 100 EUR	Keine Effekte	0 %
	synesix Neukundengewinnungsprogramm	75 000 EUR	Steigerung Neuabschlüsse	30 %
				× 1.7
3	Klassische Werbung Produkteinführung	1 000 000 CHF	Verkaufte Produkte	2 356 Stk.
	synesix Verkaufssteigerungsprogramm	500 000 CHF	Verkaufte Produkte	2 945 Stk.
				× 2.5

Tabelle: Produktivitätssteigerung durch Kundenmanagementprogramme