

FÜR VERTRIEBSLEITER UND AUSSENDIENSTMITARBEITER

EIN CRM-LEITFADEN FÜR ZUKUNFTS- ORIENTIERTE MARKENHERSTELLER IM LEBENSMITTELBEREICH

TAGESAKTUELLE PLANUNG & AUSWERTUNG ALLER MÄRKTE & VERTRIEBSMASS-
NAHMEN MIT ALLEN WICHTIGEN KUNDENDATEN AN EINEM ZENTRALEN ORT

EINLEITUNG

Der Lebensmittel-Einzelhandel ist ein dynamisches und wettbewerbsintensives Umfeld, in dem sich ständig neue Herausforderungen und Chancen ergeben. Mit über 30 Jahren Branchenerfahrung haben wir tiefgreifende Einblicke und bewährte Strategien gesammelt, die Markenherstellern helfen, sich in diesem Markt zu behaupten. Dieses Whitepaper richtet sich speziell an Vertriebsleiter und Außendienstmitarbeiter im Mittelstand und bietet praxisnahe Lösungsansätze, die auf realen Erfahrungen und fundiertem Branchenwissen basieren.



Unser Ziel ist es, Ihnen nicht nur theoretisches Wissen zu vermitteln, sondern auch konkrete Handlungsempfehlungen und Strategien bereitzustellen, die Sie sofort in die Praxis umsetzen können.

Entdecken Sie neue Perspektiven und Ansätze, die Ihnen helfen, Ihren Vertrieb zu optimieren und den Erfolg Ihres Unternehmens nachhaltig zu sichern.

Wir laden Sie ein, gemeinsam mit uns in die Welt des modernen Vertriebs über den Einzelhandel einzutauchen und freuen uns darauf, Sie auf Ihrem Weg zum Erfolg zu begleiten.

I. WIE VERTRIEBSLEITER DEN ERFOLG IN EINER ANSPRUCHSVOLLEN HANDELSLANDSCHAFT GESTALTEN

Als Vertriebsleiter in einem Markenartikelunternehmen im Lebensmitteleinzelhandel sind Ihnen die spezifischen Herausforderungen und Charakteristika dieses umkämpften Marktes vertraut. Diese tiefe Kenntnis des Marktes, gepaart mit der Fähigkeit, auf aktuelle Trends zu reagieren, bildet die Grundlage für erfolgreiche Vertriebsstrategien.

Im Folgenden möchten wir gemeinsam einige dieser Herausforderungen und Trends reflektieren und diskutieren, wie sie sowohl heute als auch in naher Zukunft die Vertriebslandschaft beeinflussen können.

1. CHARAKTERISTIKA DES LEBENSMITTEL-MARKTES AUS SICHT VON MARKENARTIKLERN:



Begrenzte Absatzkanäle

Wie Sie wissen, teilen die fünf großen Supermarktketten EDEKA, ALDI, Lidl, REWE und METRO rund 90 Prozent des Lebensmittelmarktes unter sich. Dies führt zu einer intensiven Auseinandersetzung um den Platz im Regal.



Preisdruck

Der Markt ist umkämpft, gleichzeitig haben Sie als Markenartikler eine besondere Verantwortung. Hier ist Ihr Fingerspitzengefühl für Sonderaktionen gefragt. Zu wenige Aktionen könnten Produkte als zu teuer erscheinen lassen, zu viele könnten die Markenidentität verwässern.



Handelsmarken

Handelsmarken teilen häufig Hersteller und Produktionslinien mit Markenprodukten, allerdings bei deutlich niedrigeren Margen. Dies führt zu einem erhöhten wirtschaftlichen Druck auf Markenhersteller und ihren Außendienst, da es von entscheidender Bedeutung ist, den Mehrwert der Markenprodukte sowie die Markenidentität in der Wahrnehmung des Handels und der Konsumenten aufrechtzuerhalten.

2. WELCHE TRENDS HIER EINEN EINFLUSS HABEN:



Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein

Sie erleben selbst, wie sich das Bewusstsein der Verbraucher verändert und immer mehr Wert auf nachhaltige und umweltfreundliche Produkte gelegt wird. Die transparente Kommunikation Ihrer unternehmerischen Anstrengungen in diesem Bereich ist daher entscheidend.



Verbrauchererwartungen an Convenience

Zeitersparnis und Bequemlichkeit sind entscheidende Faktoren für heutige Einkaufsgewohnheiten. Ihre Fähigkeit, hier Lösungen zu bieten - sei es durch verbesserte Verpackungen, vorgefertigte Mahlzeiten oder schnelle Lieferoptionen - kann ebenfalls entscheidend sein.



Veränderungen im Einzelhandel

Discountkonzepte, Online-Supermärkte und neue Vertriebsformate beeinflussen das Feld. Dies verlangt von Ihnen ständige Flexibilität und Innovationsbereitschaft in der Weiterentwicklung Ihrer Vertriebsstrategien.

3. HERAUSFORDERUNGEN IM VERTRIEB VON MARKEN-LEBENSMITTELN:



Begrenzte Möglichkeiten zur Neukundengewinnung

Sie wissen, dass im Kontext der dominanten Einzelhandelsketten die Maximierung bestehender Kundenbeziehungen an erster Stelle steht. Dies impliziert die kontinuierliche Verfügbarkeit Ihrer gelisteten Produkte und eine aktive Anregung zur rechtzeitigen Nachbestellung.



Maximierung des Umsatzes und Deckungsbeitrags

Der zielgerichtete Einsatz von Vertriebs- und Preisaktionen, die Konzentration auf margenstarke Produkte und die Bereitstellung individueller Informationen zu Aktionen und Sonderprodukten ist Ihr Schlüssel zur vollen Ausschöpfung des Potenzials bestehender Kundenbeziehungen.



Komplexität der kundenbezogenen Daten

Sie kennen die Herausforderung, eine Vielzahl von Kunden-, Produkt-, Preis- und Aktionsdaten zu verwalten. Durch eine effiziente Datenhandhabung können Sie mehr Zeit und Aufmerksamkeit auf Ihre Kunden und die Verkaufsmöglichkeiten vor Ort lenken.



Rechtfertigung der Vertriebsstruktur und Nachweis des Deckungsbeitrags

Ein effektives CRM-System kann mehr leisten als nur die Versorgung mit entscheidenden Daten. Es unterstützt Sie dabei, den Wert Ihrer Vertriebsinitiativen und -aktionen sichtbar zu machen und den durch Ihren Außendienst generierten Mehrumsatz und Deckungsbeitrag zu quantifizieren.



Effektive Kommunikation und Zusammenarbeit

Eine effektive Zusammenarbeit im Vertriebsteam ist unerlässlich, wobei Informationen reibungslos ausgetauscht werden sollten. Insbesondere die Kommunikation zwischen Innendienst und Außendienst, das Teilen von Verkaufsunterlagen und die Koordination von Vertriebsaktivitäten können eine Herausforderung darstellen. Passende Tools und Prozesse tragen dazu bei, eine nahtlose Zusammenarbeit zu ermöglichen und den Informationsfluss zu erleichtern.



Effizienz im Außendienst

In der täglichen Vertriebsarbeit fallen viele Daten an. Ohne deren effektive Nutzung kann die Außendienstarbeit suboptimal und zeitaufwändig werden. Eine Systemlösung, die gezielte Auswertungen ermöglicht, kann den Vertrieb maßgeblich unterstützen, sodass Ihre Außendienstmitarbeiter wirkungsvoller und effizienter agieren können.

Mangelnde Transparenz im Vertrieb

Eine der größten Herausforderungen liegt in der Notwendigkeit, einen umfassenden Überblick über alle Vertriebsaktivitäten, Umsatzzahlen und Kundenbeziehungen zu haben. In vielen Fällen sind diese Informationen auf verschiedene Systeme oder Excel-Tabellen verteilt, was den Zugang erschwert. Eine zentrale Plattform kann Ihnen hierbei helfen, eine transparente Sicht auf alle relevanten Vertriebsdaten zu bieten.

ERFOLGREICHER VERTRIEB MIT SYSTEM: WIE EIN SPEZIALISIERTES CRM-SYSTEM VERTRIEBSLEITER UNTERSTÜTZT

Wie sehen aktuell und zukünftig eine Lebensmittelbranche, die mit einer Vielzahl von Herausforderungen konfrontiert ist. Ein Customer Relationship Management (CRM)-System, das speziell auf Ihre Bedürfnisse als Vertriebsleiter im Lebensmittelbereich und auf Ihr Team zugeschnitten ist, setzt genau an den Stellen an, wo Sie wertvolle Zeit und Nerven durch unnötig erschwerte Prozesse verlieren.

1. PRAKTISCHE LÖSUNGEN FÜR IHRE HERAUSFORDERUNGEN ALS VERTRIEBSLEITER

Komplexe Datenauswertung



Ein CRM-System ermöglicht die automatisierte Analyse und Verarbeitung großer Datenmengen, ob diese nun aus Listungs- und Distributionsprüfungen, dem Aktionsmanagement oder der Wettbewerbsanalyse stammen, um wertvolle Erkenntnisse aus umfangreichen Vertriebsdaten zu gewinnen.

Transparenz



Ein CRM-System schafft einen umfassenden Überblick über Ihre Vertriebsaktivitäten und Kundenbeziehungen, etwa indem es automatische Besuchsberichte erzeugt, die Entwicklung von Platzierungen und Facings aufzeigt, diverse Umsatz-/Absatz-Analyse-Optionen bereitstellt und Analysen so aufbereitet, dass sie graphisch angezeigt und in Excel ausgegeben werden können.

Effektive Kommunikation und Zusammenarbeit



Durch den Einsatz kollaborativer Tools und Prozesse wird Ihnen eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen Vertriebsleitung, Innendienst und Außendienst ermöglicht, sei es zur schnellen Weitergabe von Verkaufsunterlagen oder der Koordination des Aktionsmanagements über verschiedene Handelshierarchieebenen.

2. IHRE BENEFITS MIT DEM EINSATZ EINES SPEZIALISIERTEN CRM-SYSTEM



Umsatzziele zu erreichen

Automatisierte Berichterstellung und Echtzeit-Analysen liefern Ihnen wertvolle Informationen für fundierte Entscheidungen und unterstützen die Steigerung der Distributionsraten. Kein Out-of-stock nur weil die Informationen nicht vorliegen. Alle Distributionspunkte, pro Marke, pro SKU im Blick.



Bessere Work-Life-Balance

Ein CRM-System ermöglicht automatisierte Besuchsberichte, Datenanalysen auf Knopfdruck, und unkomplizierten Informationsfluss, um schnell wertvolle Erkenntnisse aus umfangreichen Vertriebsdaten zu generieren. Das schafft Zeit für Wichtiges.



Verantwortung für Ihr Team

Eine kollaborative CRM-Plattform fördert die Zusammenarbeit im Vertriebsteam und hilft Ihnen dabei, Ihre Mitarbeiter zu motivieren, denn Sie geben ihnen das passende Werkzeug an die Hand, damit Sie gemeinsam Ihre Vertriebsziele als Team erreichen können.

IV.

WIE SIEHT EIN EFFEKTIVES CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) IN DER PRAXIS AUS?

VERTRIEBSOPTIMIERUNG DURCH ZENTRALE DATENINTEGRATION UND -ANALYSE:

Ein effektives CRM-System ermöglicht es Ihnen, wertvolle Informationen, die sonst verloren gehen könnten oder nur mit hohem Aufwand zugänglich sind, zentral zu erfassen und zu bearbeiten. Dies verbessert die interne Kommunikation und den Informationsfluss zwischen den Abteilungen wie Innen- und Außendienst, Key Account Management und Vertriebsleitung in Echtzeit. Dies ermöglicht zeitnahe Prozesse und eine sinnvolle Auswertung von Vertriebsaktivitäten.

STANDARDLÖSUNG ODER GENERISCHE LÖSUNG:

Im Unterschied zu generischen Lösungen, die aufwendig angepasst und explizit im System erstellt werden müssen, bietet eine detailliert anpassbare Standard-Lösung, die speziell für die Lebensmittelbranche und den spezifischen Nutzungszweck entwickelt wurde, häufig eine bessere Alternative. Sie deckt gängige Einsatzbedingungen ab und kann leicht auf Ihre spezifischen Bedürfnisse angepasst werden.

EFFIZIENTE PLANUNG UND VERFOLGUNG VON VERTRIEBSRESSOURCEN:

Mit einem CRM-System können Unternehmen ihr begrenztes Budget sinnvoll einsetzen, die wesentlichen Kunden für das Erreichen ihrer Vertriebsziele identifizieren, Lücken im Kundenportfolio und Sortiment erkennen und effektive Strategien entwickeln.

VERBESSERUNG DER ZUSAMMENARBEIT UND INFORMATIONSBEREITSTELLUNG FÜR AUßENDIENSTMITARBEITER:

Ein CRM-System ermöglicht es, die gesamte Zeit und Energie auf den Kunden und die Vertriebsmöglichkeiten zu konzentrieren. Es bietet eine deutliche Zeitersparnis bei der Administration, der Vor- und Nachbereitung von Kundenbesuchen und dem Austausch von Informationen mit Kollegen in anderen beteiligten Abteilungen.

INTEGRATION VON CRM-SYSTEMEN ÜBER SCHNITTSTELLEN:

Für den Erfolg des CRM-Systems ist eine nahtlose Integration mit anderen Geschäftsanwendungen entscheidend. Durch einen reibungslosen Datenaustausch zwischen CRM und anderen Systemen können Unternehmen das Potenzial ihrer Daten voll ausschöpfen.

FLEXIBEL ANPASSBARE BRANCHENPLATTFORMEN

Für spezifische Nutzerbedürfnisse in bestimmten Branchen sind flexible und individualisierbare Branchenplattformen die optimale CRM-Lösung.



"Früher war unser System chaotisch, die Kontaktdaten hier, die Auftragserfassung da, und die Besuchsberichte wurden per Mail geschickt. Dadurch gingen gefühlt die Hälfte der Informationen verloren oder kamen zu spät an. Mit Compas haben wir dann ein System gefunden, das Auftragsfassung und den gesamten CRM-Bereich abdeckt, mit Funktionen wie der Umkreissuche und der Möglichkeit, persönliche Notizen über unsere Kunden zu machen. Das hat unsere Bedürfnisse voll erfüllt, und die Kundenbeziehungen zum Handel auf eine neue Ebene gehoben."

Vertriebsleiter, Milchprodukte

"Als ich hier anfang, orientierten wir uns jeweils an den Absatzzahlen des Vormonats, das war natürlich unbefriedigend. Wir haben uns dann entschieden, den ganzen Vertrieb so aufzusetzen, dass wir inhaltlich planen und steuern können, und mit Compas auch das passende System dazu ausgesucht. Mittlerweile kann ich sagen, wir sind top aufgestellt. Ich kann dahingehen auf die Marken, auf die SKUs, bis runter auf den Markt und kann mir alles auch analysieren. Und da fand ich gerade dieses Dashboard halt sehr, sehr wichtig."

Leiter Aussendienst, Käsespezialitäten

"Wir vergleichen das Compas-System sehr vorteilhaft mit Wettbewerbsprodukten. Insgesamt ist es der einfache Grundaufbau, also die einfachen Grundfunktionalitäten, die uns überzeugen. In unserer Größenordnung braucht man kein Salesforce, da sollte man eine pragmatisch funktionierende Software haben. Und es ist tatsächlich so, dass Compas eine Fachexpertise haben in dem, was sie tun. Das hat keiner von den Großen, auch nicht von SAP."

Leiter Vertriebscontrolling, diverse Lebensmittel

"Die Langlebigkeit und Stabilität von Compas sind beeindruckend. Seit unserer Implementierung im Jahr 2015 hat es uns über die Jahre hinweg gut gedient und bleibt ein zentraler Bestandteil unserer Geschäftsstrategie. Es ist ein System, das mit uns gewachsen ist und uns weiterhin unterstützt."

Geschäftsführer Vertrieb, Brotaufstriche & Desserts

Die Herausforderungen im Vertrieb von Lebensmitteln sind vielfältig und komplex, und die Wahl des richtigen Customer Relationship Management (CRM) Systems ist entscheidend. Jeder zukünftige Anwender wird sich die Frage stellen, wieviel er bereit ist, in die Anpassung einer konventionellen, branchenneutralen CRM-Lösung zu investieren – denn diese können zunächst häufig weder Handelshierarchien, Listungen, Regalplatzierungen, oder ein FMCG-Aktionsmanagement abbilden. Im Gegensatz dazu legen spezialisierte CRM-Systeme für Konsumgüter den Fokus auf die vertrieblischen Besonderheiten und Arbeitsabläufe, so dass wichtige Informationen unmittelbar sichtbar sind.

Flexible, individualisierbare Branchenplattformen wie Compas bieten für diese spezialisierten Einsatzzwecke eine optimale CRM-Lösung, indem sie tiefgreifendes Branchenwissen mit spezifischen Anwenderbedürfnissen kombinieren. Sie ermöglichen es, kundenindividuelle Besonderheiten abzubilden und somit die Prozesse und Wettbewerbsvorteile der Kunden zu unterstützen. Mit seiner Benutzerfreundlichkeit, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit steht Compas seit 30 Jahren als vertrauenswürdiger Partner bereit, um Unternehmen dabei zu helfen, ihre Vertriebsziele zu erreichen und sich in einem wettbewerbsintensiven Markt zu behaupten.

SIND SIE BEREIT, IHRE VERTRIEBSPROZESSE AUF DIE NÄCHSTE STUFE ZU HEBEN UND DAS VOLLE POTENZIAL IHRES UNTERNEHMENS AUSZUSCHÖPFEN?

Lassen Sie uns gemeinsam herausfinden, wie unsere spezialisierten CRM-Lösungen genau auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten werden können. Vereinbaren Sie noch heute ein unverbindliches Beratungsgespräch mit einem unserer Experten, und entdecken Sie, wie wir Ihnen helfen können, Ihre Herausforderungen zu meistern und Ihre Vertriebsziele zu übertreffen.

BERATUNG VEREINBAREN

COMPAS Gesellschaft für
Unternehmensoptimierung mbH

Stahlgruberring 11
81829 München

Fon: (0 89) 3 39 81 24 – 0
Fax: (0 89) 3 39 81 24 – 10
E-Mail: info@compas.de



André Spies
Head of Sales

as@compas.de

Fon: (0 89) 3 39 81 24 – 31



COMPAS