



Checkliste

Wunschkundenprofil

Kapitel
Blatt

09
01



Mit dieser Checkliste erarbeiten Sie sich die passenden Parameter für Ihr Wunschkundenprofil.

Unternehmensdaten

Bei diesen quantitativen Kriterien legen Sie am besten eine Unter- und eine Obergrenze fest. Umsatzgröße, Anzahl Mitarbeiter, Anzahl Niederlassungen, Anzahl der Geschäftsvorfälle

Regionale Kriterien

Diese Art der Kriterien beziehen sich auf die Erreichbarkeit der Kunden und die Einfachheit der Warenlieferung oder Dienstleistungserbringung.

Entfernung von Ihrem Unternehmen, Landesgrenzen, Sprachräume, gemeinsame Währungen oder Wirtschaftsräume.

Branchenkriterien

Diese beziehen sich auf das Tätigkeitsfeld der Zielunternehmen oder Branchengemeinsamkeiten. Ganz unterschiedliche Branchen können an Tankstellen liefern und eben diese Gemeinsamkeit schafft ein Kriterium als Zielkunde. Ebenso ist es umgekehrt denkbar, dass alle Unternehmen, die beispielsweise im Stahlgroßhandel einkaufen, aufgrund dieses Beschaffungsweges eine Zielgruppe bilden.

Bestimmte Verhaltensmuster oder Unternehmensphilosophien

Diese können ebenfalls relevante Kriterien bilden. Ein Unternehmen kauft so ein, wie es gewohnt ist zu verkaufen. Diese Maßgabe gilt zumeist. So wird ein Discountanbieter wohl bei seiner Beschaffung eher pragmatische und günstige Lösungen wählen. Und ein Luxusartikelhersteller dürfte wohl eher nicht die allergünstigsten Anbieter bevorzugen.

Besondere Ereignisse

Mögliche Ereignisse sind Wechsel von Führungskräften, Filialeröffnungen oder Schließungen, besondere Investitionen oder Projekte, etwa den Wechsel der Unternehmenssoftware. Dabei kann es auch richtig sein, einen bestimmten Abstand zu dem Ereignis abzuwarten. Bei einem Wechsel des CEO ist es vielleicht sinnvoll die ersten 3 Monate abzuwarten, aber nicht länger als 6 Monate, um ein bestimmtes Thema verkäuferisch anzusprechen.

Entwicklungsziele und Marktanforderungen

Wachstumsziele, die Änderung gesetzlicher Vorschriften, Eintritt in neue Märkte

Reifegrad

Wenn ein Unternehmen bereits Kantine, Werkschutz, Pressearbeit und ähnliche Dienstleistungen von externen Dienstleistern bezieht, dann ist es sicher wahrscheinlicher, dass beispielsweise auch IT-Dienstleistungen extern vergeben werden, als wenn bislang keine Erfahrungen mit der Zusammenarbeit beim Vergeben unternehmenswichtiger Aufgaben gesammelt wurden.

Marktzyklen und saisonale Bedarfssituationen



Arbeitsblatt

Wunschkundenprofil



Kapitel
Blatt

09
02

Dieses Arbeitsblatt dient zum Erstellen Ihres Wunschkundenprofils. Legen Sie sich eine Reihe erfolgreicher Kundenprojekte zurecht. Wenn diese bislang nur in Ihrer Vorstellung existieren, ist das nicht optimal, aber ein sehr guter Anfang. Finden Sie nun erkennbare Kriterien, die alle oder fast alle Ihre erfolgreichen Kundenbeziehungen auszeichnet.

Kriterium 1	Typische Rollen der Ansprechpartner
	Abzeichner
Kriterium 2	
Kriterium 3	Entscheider
Kriterium 4	
Kriterium 5	Beeinflusser
Kriterium 6	
Kriterium 7	Empfehlen
Kriterium 8	