

Management in der Krise – Den Vertrieb forcieren

24.07.2009, 18:01 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *compleo AG*



„Das Bewusstsein für Krisen hat zugenommen, aber es wird noch mehr geredet als gehandelt.“ Würde man vermuten, dass dieses Zitat des Manager-Magazins aus dem Jahre 2004 stammt? Es könnte ebenso gut erst kürzlich in einem Artikel erschienen sein.

Bei Auftragsrückgängen von bis zu 40% innerhalb weniger Wochen funktionieren evtl. bereitgelegte Standardantworten nicht mehr. Die derzeitige Krise stellt uns vor größere Herausforderungen. Sie birgt Risiken, aber auch große Chancen.

Kostensenkung alleine ist erstens nicht die effektivste und zweitens, wenn sie radikal und ausschließlich betrieben wird, sogar eine schädliche Antikrisenmaßnahme.

Lagerbestände:

Um die Lagerbestände abzubauen, muss eine offensive Vertriebsstrategie bzw. ein Strategienmix verfolgt werden – hier darf nicht gespart werden! So können durch geschickte Garantien, kundenfreundliche Zahlungsmethoden und der richtigen Kommunikation der harten Vorteile der Produkte neue Kunden bzw. Marktanteile gewonnen und zugleich sukzessive Lagerbestände abgebaut werden. Dabei gilt es zu bedenken, dass Kunden in Krisenzeiten an Angst und Unsicherheit leiden, die gekonnt kompensiert werden müssen

Kapazitäten freisetzen:

Zugleich können nicht ausgelastete Arbeitskräfte z.B. aus dem Innendienst durch schnelle (innerhalb von ca. 3 Tagen) und kostengünstige Umschulungen in den Vertrieb unterstützend eingesetzt werden. Die Folge davon ist eine Kapazitätserweiterung und die Sicherstellung eines positiven und aktiven Betriebsklimas.

Preisstabilität:

Der eigentliche Gewinntreiber ist und bleibt der Preis des Produktes / der Dienstleistung: Eine Reduzierung des Preises kann bei gleich bleibender Absatzmenge und Kosten zu einem Verlust führen. Daher sollte ein Unternehmer unbedingt

eine Preisreduktion vermeiden. Rabatte sollten, wenn, dann nur als sogenannte Naturalrabatte angeboten werden und nicht dauerhaften Charakter haben.

compleo AG empfiehlt daher eine intelligente Mischung aus Kostensenkungs- und Vertriebsstrategie zu verfolgen, wenn ein Unternehmen zu den Gewinnern der Krise zählen möchte.

Bei Fragen zum Thema Management in der Krise unterstützt Sie die compleo AG im Geschäftsbereich cbd (compleo business development) sehr gerne. Wir arbeiten heute mit Ihnen an Ihrem Erfolg von morgen.

Portrait

Die compleo AG ist eine führende Unternehmensberatung mit den Schwerpunkten Business Development, Human Resources Management und Executive Search. Die fachliche Kompetenz baut auf einer langjährigen internationalen und Branchen übergreifenden Erfahrung auf. – Wir sind der richtige Partner für Ihren Erfolg!

News-ID: 326954 • Views: 898 (Stand: 01.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/326954/Management-in-der-Krise-Den-Vertrieb-forcieren.html>