

Computer

Eigenes Unternehmen, Verkaufsorganisation

Quantitative Ziele

- Bis Ende Mai 2001 20 neue Händler akquirieren
- Bis Ende März 2001 mit Gateway Produkten (LAN) einen Umsatz von Fr. 16'000.-- erzielen
- Bis Ende März 2001 hat jeder AD 18 Offerten erstellt
- Bis Ende September 2001 wissen 40 % all Fachhändler das wir Generalimporteur von Wangtek sind.
- Bis Ende Juni 2001 gewinnt jeder AD 3 OEM-Kunden

Qualitative Ziele

- Alle unsere AD- und ID- Mitarbeiter kennen die Vorteile unserer Produkte und kennen genügend Verkaufsargumente
- Alle unsere Mitarbeiter kennen die Regeln der Reklamationserledigung
- Wir haben ein gutes Image beim Fachhandel als Back-up Spezialist in allen Bereichen und haben einen guten Support in diesem Bereich.

Ebene Fachhandel

Quantitative Ziele

- Bis Ende Juni 1993 führen 50 neu Händler das Produkt "Floptical" in ihrem Programm
- Bei der Einführungsaktion "Summo" werden 7 % (25) unseren Stammkundschaft einen "Summo" bestellen zum Test bis Ende Januar 1993
- Beim Seminar "Backup = Datensicherheit" Ende April werden von 1000 Zielpersonen (Händler) 5 % (50 Personen) sich am Seminar Ende April beteiligen

Qualitative Ziele

- Die Händler versprechen sich dank dem innovativen und einzigartigen Produkt "Floptical" und dem wachsenden Teilmarkt High Density Floppy-Laufwerke gut Absatzchancen
- Die Fachhändler kennen die Vorteile unserer Produkte und empfehlen ihren Kunden unsere Produkte und verwenden unsere Verkaufsargumente dazu

Ebene Produkteverwender

Quantitative Ziele

- Steigerung des Bekanntheitsgrades bis Ende September 1996 kennen 30 % der Zielgruppe unsere Produkte Floptical
- Steigerung des Marktanteil unserer Backupstreamer "Wangtek" von 10 % auf 12 % bis Ende November
- Wir schaffen bei 6 % der Zielgruppe bis Ende Juli das Bewusstsein von der Wichtigkeit von Backup und diese Zielgruppe kauft dann ein Wangtek-streamer bei unseren Händlern.

Qualitative Ziele

- Durch zufriedene Kunden profitieren wir von der Mund-zu-Mund-Propaganda
- Unsere Produkteverwender sind Preis-/Leistungsverhältnis unserer Backup-Streamer Wangtek überzeugt

Gastronomie und Hotellerie

Eigenes Unternehmen

Quantitative Ziele

- Bis Ende Januar 93 werden 3 Kunden aus dem Raum Basel je Fr 20'000.-- Veranstaltungen in einem Steigerberger Hotel buchen

Qualitative Ziele

- Unsere AD Mitarbeiter sind bis Ende Januar fähig realistische Ziel für den Monat Februar zu formulieren

Ebene Handel

Quantitative Ziele

- Das Reisebüro Koni soll seinen speziellen Preisvertrag mit dem Aufkomm von Fr. 3'000.-- Room-Nights bis Ende Jahr erfüllen.

Qualitative Ziele

- Wir wollen bei unseren Absatzmittleren das Image von Steigenberger beibehalten

Investitionsgütern

Eigenes Unternehmen

Quantitative Ziele

- Wir wollen den Umsatz von Fr. 1,2 Mio im Jahr 1992 auf Fr. 1,8 Mio 1993 steigern
- Unseren Marktanteil im Bereich Industriesoftware wollen wir von 10 % (500'000) auf 15 % (750'000) erhöhen
- Wir wollen 20 Neue Kunden bis Ende April gewinnen

Qualitative Ziele

- Unsere AD-Mitarbeiter profilieren sich mit dem technischen Wissen beim Kunden
- Zusätzlich sollte der PM neue Produkte fördern
- Alle ID und AD wissen wie Sie sich bei Reklamationen verhalten sollen

Absatzmittler (Ingenieurbüros)

Quantitative Ziele

- Wir wollen bis Ende 1993 20 neue Ingenieurbüros als Absatzmittler gewinnen

Qualitative Ziele

- Jedes Ingenieurbüro kennt unsere Produktpalette

OEM (Maschinenindustrie)

Quantitative Ziele

- 10 Neukunden kommen in den ersten 4 Monaten in den Schulungsraum.
- Von unseren 5 Stammkunden wollen wir einen Deckungsbeitrag von 50'000 erreichen

Qualitative Ziele

- Wir wollen bei unseren Kunden eine Markentreue erzielen
- Durch zufriedene Kunden wollen wir unser Image verbessern

Massnahmen Eigene Unternehmung

- Zusätzlich stellen wir einen zweiten AD um unsere Umsatzziele zu erreichen
- Mittels Provision wollen wir unsere AD motivieren, um unsere hohen Verkaufsziele zu erreichen
- Um das nötige Fachwissen zu erlangen führen monatlich unsere Ingenieure eine Schulung unserer ADs durch
- Mittels Direct Mailing und Telefonmarketing sollen neue Kunden akquiriert werden

Absatzmittler (Ingenieurbüros)

- Mittels Provisionen wollen wir die Motivation schaffen, dass sie unsere Produkten in Ihrer Projekte einplanen
- Mittels unsere Demosoftware können Sie den Kunden von unseren Produkten überzeugen und den Kaufentscheid auslösen.
- Mittel Mailing über technische Erneuerungen wollen wir unsere Ingenieurbüros auf dem Laufendem halten
- Durch Schulungen in unserem Hause gewähren wir den technischen Support

OEM/Kunde

- Durch die gezielte Kundenpflege der AD's erreichen wir den nötigen Imageaufbau
- Mittels OEM Vertrag können wir im eine makrtgerecht Offerte über unsere Produkte machen
- Mittels Messen können wir neu Kunden von unseren Produkten aufmerksam machen