

IDS Kundensymposium am 12.07.2017.
Thema „Neukundengewinnung“.



Global Logistics



**DAS GEIS-PRINZIP:
WILLKOMMEN BEI DER
BESTEN KOMBINATION
AUS LEISTUNG UND
LEIDENSCHAFT.**



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Kurzvorstellung.

Peter Gayer - Prokurist **Leiter Key Account Management in der Geis-Gruppe** **Bereich ROAD**

Tätig in der Transportlogistik seit 35 Jahren.
In der Geis-Gruppe seit 04/1989 beschäftigt.

Davon 20 Jahre operative Verantwortung
(Speditonsleitung national, international und Bereich Automotive).

Seit 2010 zuständig für das Key Account Management – Bereich ROAD.



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Schritt für Schritt.

Heutiges Thema „Neukundengewinnung - Erfolgreiche Kundenakquise – Worauf der Vertrieb sein Augenmerk legt.“

Die verschiedenen **Schritte** von der Prüfung eines potentiellen Neukunden bis hin zur Implementierung des Neukunden:

Grundvoraussetzung: „Empathie schaffen – Chemie muss stimmen“

1. Analyse des Kunden
2. Sichtung/Prüfung des Anforderungsprofils, sowie der Vertragsgrundlagen
3. Erstellung des Angebots – Kalkulation und Konzeptpräsentation
4. Vorstellung der Präsentation nach den Bedürfnissen des Kunden
5. Verhandlungsrunde/n mit dem Kunden
6. Bei Zuschlag, Einleitung und Umsetzung der Implementierung
7. Fortlaufendes Beziehungsmanagement



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Kundenanalyse.

Schritt 1 /1 Analyse des Kunden

- Hat der Kunde Standorte mit entsprechendem Versandaufkommen im Einzugsgebiet der Geis-Gruppe?
- Bestehen darüber hinaus ggf. noch weitere, überregionale Standorte, die über Versandaufkommen verfügen?
 - Thema: u.a. IDS-Gebietsschutz
 - Kooperation / Arbeitsgemeinschaft mit IDS (Zentrale) oder Partner direkt ?
- Spezielle Anforderungen des Kunden (Absender oder Empfänger)
 - Zeitfenster, Avis, Lieferscheine, etc.
- Welche Produkte/Verpackungen versendet der Kunde?
 - Kompatibel mit einer systemischen Transportabwicklung im Netzwerk?
- Welche Empfangsorte/Märkte bedient der Kunde?
 - Gibt es ggf. Überschneidungen/Synergien mit Bestandsgeschäft/en?



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Kundenanalyse.

Schritt 1 /2 Analyse des Kunden

Zu guter Letzt, eine der entscheidendsten Fragen:

Welchen Mehrwert bieten wir dem Kunden ?

- Über eine innovative Transportkonzeption (z.B. Control Tower Konzept) oder reiner Preisvergleich?
- Zuverlässigkeit / Vertrauen ?
- bessere Laufzeiten – evtl. HUB oder Regional HUB-Lösungen ab Einspeisepunkt ?
- ❖ oder zählt ggf. doch nur der Preis ?



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Prüfung der Anforderungen.

Schritt 2 /1

Sichtung/Prüfung des Anforderungsprofils, sowie der Vertragsunterlagen

Ausschreibungen erreichen uns auf den unterschiedlichsten Wegen.
In der Regel über öffentliche aber auch kundeneigene Plattformen.

Nach dem Herunterladen der Ausschreibungsunterlagen und Vertragsgrundlagen sind diese eingehend zu prüfen:

- Mengengerüste (Sendungsdaten des Kunden – repräsentativer Zeitraum!)
 - Auswertung der Sendungsströme und Volumina
- Lastenhefte und Leistungsverzeichnisse (teilweise hunderte von Dokumenten!)
 - Prüfung aller Anforderungen des Kunden auf deren Machbarkeit hin (Ggf. ist die Sprache teilweise eine Barriere !)



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Prüfung der Anforderungen.

Schritt 2 /2

Sichtung/Prüfung des Anforderungsprofils, sowie der Vertragsunterlagen

- Rahmenvertrag (i.d.R. Vorgabe des Kunden)
 - Prüfen auf Inhalte und Bedingungen, i.d.R. auch durch Einbindung eines Rechtsanwaltes und des Versicherers
- Zeitvorgaben des Kunden für die Ausschreibung
 - Bis wann ist das Angebot, die Offerte und ggf. noch andere Unterlagen einzureichen?
 - Wie ist der weitere Zeitplan des Kunden für z.B. eine technische Prüfung, Verhandlungen, Vergabegespräche, etc.?
 - Wann ist „Go live“? Umsetzbar, unter Berücksichtigung der Anforderungen?
 - Entscheidung: Offerte erstellen JA / NEIN (dann höfliche Absage ...)
 - JA -> siehe weitere Schritte



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Angebotserstellung.

Schritt 3 /1

Erstellung des Angebots – Kalkulation und Konzeptpräsentation

Die Erstellung der Kalkulation beruht zum einen auf den bereits vorliegenden Kostenparametern durch Referenzgeschäfte, aber auch durch die Einholung aktueller Einkaufsraten am Frachtenmarkt.

Bei der Kostenkalkulation müssen alle Kostenparameter berücksichtigt werden:

- Bestimmung des idealen Geis-Standortes anhand der Warenströme und Abwicklungsmöglichkeiten ->
- Frachtkosten
- Umschlagskosten
- Eventuell zusätzliche
 - Personalaufwendungen (gewerblich und/oder kaufmännisch)
 - Flächenaufwendungen (Büro und/oder Lager)
 - Equipment (Stapler, PKW, etc.)
 - Programmierungskosten (IT-Anforderung des Kunden)
 - Berücksichtigung von Niederlassungs-, Management- und Zentralkosten
 - Weitere?



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Angebotserstellung.

Schritt 3 /2

Erstellung des Angebots – Kalkulation und Konzeptpräsentation

- Mögliche Synergien müssen gehoben und berücksichtigt werden
- Evtl. Lern- und Optimierungskurve ggf. bepreisen (Z.B. Preisreduktionen in Aussicht stellen ...)
- Bei einer längerfristigen Vertragsbindung mit Preisfestschreibungen müssen aber ggf. auch Preissteigerungen mit berücksichtigt werden.



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Angebotserstellung.

Schritt 4 /1

Erstellung des Angebots – Kalkulation und Konzeptpräsentation

Die Erstellung des Angebotes basiert natürlich auf der vg. Kalkulation.
Zum Schluss wird (idealerweise 😊) der Gewinn für das Unternehmen festgelegt !

Die Konzeptdarstellung umfasst i.d.R. zwei Komponenten:

1. Die Firmenpräsentation (Vorstellung des Unternehmens Geis)
2. Die eigentliche Konzeptdarstellung, speziell auf das Anforderungsprofil des Kunden ausgerichtet.

- Hierin sollte explizit auf die wesentlichen Leistungsmerkmale der Ausschreibung eingegangen werden, wie z.B.:
 - Wie ist die Abwicklung konzeptionell geplant (Transportwege, etc.)?
 - Wie und durch wen erfolgt die Kommunikation bei Störungen?
 - Eskalationsmatrix (Sachbearbeiter -> Abteilungsleiter -> Niederlassungsleiter)
 - Wie werden Qualitätsmessungen vorgenommen, etc.?
 - Wie sieht das Notfallkonzept aus (z.B. 24/7) ?
 - Implementierungsvorschlag



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Angebotserstellung.

Schritt 4 /2

Erstellung des Angebots – Kalkulation und Konzeptpräsentation

Unter Umständen müssen in die Konzeptdarstellung ebenso ein oder mehrere IDS-Partner (ggf. auch internationale Partner) mit eingebunden werden.

- Überregionale Standorte des Kunden im IDS-Gebiet (und ggf. EU) außerhalb der Geis-Gruppe

In diesem Falle sind unter Einschaltung der IDS Systemzentrale und mit den jeweiligen IDS-Partnern die jeweils spezifischen, operativen Anforderungen des Kunden zu besprechen und gleichlautend zu vereinbaren, wie z.B.:

- Einzusetzendes Equipment (Abholfahrzeug)
- Datenanbindung
- Cut-Off Zeiten im jeweiligen Werk
- Besondere Handlingvorgaben (Stapelbarkeit, Lieferscheine, etc.)
- Eventuell notwendige Avisierungen
- KPI's
- Weitere



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Verhandlung.

Schritt 5 Verhandlungsrunde/n mit dem Kunden

Sollte unser Angebot, sowie die Konzeptdarstellung (Technische Prüfung durch den Kunden!) den Vorstellungen des Kunden entsprechen, kommt es i.d.R. zu einer oder mehreren Verhandlungsrunde/n.

In diesen Verhandlungsrunden wird natürlich das Angebot offen erläutert und i.d.R. nachverhandelt, sowie die Konzeptdarstellung nochmals näher und detaillierter vorgestellt.

Geis versucht sich bereits in der ersten Angebotsphase marktgerecht und somit attraktiv zu positionieren.

Signifikante Preisnachlässe in den Verhandlungsrunden sind daher nicht möglich!



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Implementierung.

Schritt 6 /1

Bei Zuschlag, Einleitung und Umsetzung der Implementierung

Sollten wir den Kunden konzeptionell und auch monetär überzeugt haben und es kommt zur Beauftragung des Kunden, beginnt die Implementierungsphase:

Diese startet zunächst mit einem Kick-off Meeting oder ggf. auch mit sogenannten „Road-Shows“ (im Falle mehrere eingebundener Werke des Kunden).

In diesen Meetings werden nochmals alle To-Do's besprochen und protokolliert, wie z.B.:

- Startzeitpunkt und Aufschaltplan (gesamtes Auftragsvolumen oder sukzessive?)
 - Vorschlag zur Begleitung eines Geis-MA in der Implementierungsphase direkt in den operativen Abteilungen des Kunden >> „Trouble Shooting“
(Dauer von 2 Tagen bis 3 Monaten, je nach Umfang des Projektes)
- Alle Beteiligten müssen letztendlich auch hinter der Entscheidung stehen
-> keine „Nein-Sager“ die gegen das Projekt arbeiten



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Implementierung.

Schritt 6 /2

Bei Zuschlag, Einleitung und Umsetzung der Implementierung

Weitere Punkte:

Erstellung eines Fragenkatalogs (Feinabstimmung), z.B.:

- Wie laufen die Voranmeldungen?
- Welche Besonderheiten sind bei welchen Kunden/Empfängern zu berücksichtigen?
- Informationsfluss an die größten Kunden unseres Kunden über die Veränderung in der Versandlogistik?
- Ggf. Vorgaben an die Lieferanten des Kunden (bei Beschaffungslogistik)
- Ggf. Besuche bei den Lieferanten vereinbaren, zur Detailabstimmung vor Ort
- Festlegung Qualitätswesen – KPI und Reporting -> KPV
- Weitere



Global Logistics

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Kundenbetreuung.

Schritt 7 Fortlaufendes Beziehungsmanagement

Nach einem gelungenen Geschäftsabschluss und einer erfolgreichen Implementierungsphase, ist es natürlich Zielsetzung den Kunden langjährig an Geis zu binden.

Hierzu ist ein fortlaufendes Beziehungsmanagement unabdingbar.
Nur ein kontinuierlich zufriedener Kunde wird Ihnen langjährig erhalten bleiben.

Dies erzielen wir z.B. durch:

- Proaktiv, regelmäßig angesetzte Review Meetings
- Aufzeigen der KPI -> KPV
- Im Idealfall, Aufzeigen und Erreichen von Einsparpotentialen

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung. Zielsetzung.



Global Logistics

Ideales Endergebnis

Ein rundum zufriedener Kunde über Jahre hinweg.

= WIN-WIN Situation für alle Beteiligten

IDS Kundensymposium – Neukundengewinnung.

Thema: „Neukundengewinnung“



Global Logistics

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

www.geis-group.com



Global Logistics



**DAS GEIS-PRINZIP:
AUF WIEDERSEHEN
BEI IHREM LOGISTIK-
PARTNER MIT DEM
BESTEN GESAMTPAKET.**