

CASE STUDY

Neukundengewinnung für Elektromontageunternehmen

Problemstellung:

In einem von der Outsourcing-Idee getriebenen Management-Buyout-Prozess hatten zwei Führungskräfte die Elektromontageabteilung eines Elektrokonzerns erworben, um das Bestandsgeschäft als unabhängiges Unternehmen mit Drittkunden auszubauen.

Die Marktleistungen bestanden aus Montagearbeiten, Demontagearbeiten, Reparaturarbeiten und der Abwicklung von Qualitätssicherungsarbeiten bis hin zur Kommissionierung der bearbeiteten Produkte im Namen des Auftraggebers.

Das vom Konzern übernommene Bestandsgeschäft sorgte für eine knappe Auslastung der Belegschaft. Deshalb mussten rasch weitere Kunden für Montageleistungen gewonnen werden. Weil die Neugesellschafter mit der Koordination der bestehenden Aufträge beschäftigt waren und ihnen das Vertriebs-Knowhow fehlte, beauftragten sie Dr. Boysen Consulting mit der interimistischen Wahrnehmung des Vertriebsmanagements.

Vorgehensweise:

Dr. Boysen Consulting verschaffte sich zunächst einen Überblick über die Leistungsfähigkeit des neuen Unternehmens und erstellte einen Leistungskatalog.

Dann identifizierte Dr. Boysen Consulting Unternehmen, die ähnliche Produkte herstellen wie der Auftraggeber des Mandanten und klassifizierte diese potenziellen Neukunden nach ihren voraussichtlichen besonderen Bedürfnissen und recherchierte die Ansprechpartner für die mögliche Vergabe von Montageleistungen, um eine kundengerechte Ansprache zu ermöglichen.

Im nächsten Schritt sprach Dr. Boysen Consulting die Zielkunden direkt an und stellte die Vorteile einer Zusammenarbeit mit einem Montageunternehmen vor: Konzentration auf das Kerngeschäft, Abfangen von Spitzenlasten, kalkulierbare leistungsbezogene Kosten etc.

Im Akquisitionsprozess trat Dr. Boysen Consulting als Teil der Organisation des Mandanten auf (E-Mail-Einbindung) und gliederte sich auch ablauftechnisch in die Geschäftsprozesse des Mandanten ein.

Der Akquisitionsprozess wurde durch monatliche Newsletters unterstützt, die Dr. Boysen Consulting schrieb und an die Zielkunden verteilte. Der Verteilerkreis wurde allmählich sinnvoll erweitert. Selbstverständlich wurde dabei formal auf das Permission-Management geachtet.

Viel versprechende Kontakte gab Dr. Boysen Consulting an die Geschäftsführer des Montageunternehmens weiter und vereinbarte persönliche Termine zur näheren Auftragspezifikation.

Ergebnis:

Neben einigen Kunden, die den Mandanten von Dr. Boysen Consulting mit Montageleistungen beauftragten, konnte bereits nach zwei Monaten ein besonderer Kunde gewonnen werden, der sich ebenfalls von seiner Elektromontageabteilung trennen wollte. Nach einer Übergangsphase, in der die Klientin von Dr. Boysen Consulting Auftragsmontagearbeiten für diesen Kunden durchführen und sich damit qualifizieren konnte, kam es zu einer weiteren Unternehmenstransaktion. Die Klientin von Dr. Boysen Consulting übernahm die Montageabteilung dieses Unternehmens und konnte ihr Geschäftsvolumen dadurch rentabel verdoppeln. Durch dieses dritte Standbein neben dem Erstkunden und dem zunehmenden verteilten Geschäft konnte sich das Unternehmen stabilisieren und operative Risiken mindern.