



Radikale Marktveränderungen

Aufbau der Strukturen für eine internationale AT&S Vertriebs- und Marketingorganisation

Arbeitskreis für Organisationsentwicklung

Wien, Februar 2004

Mds Network GmbH
Kärntner Straße 51, A 1010 Wien, Fon +43 69910067772
E-Mail: mds@mds_network.com, homepage: www.mds_network.com
Handelsgericht Wien, FN 132804 a, DVR Nr.: 0814644, UID Nr.: ATU38812200

AT&S
www.ats.net



Inhaltspunkte

- ▽ Marktumfeld, Rahmenbedingungen
- ▽ Projektziele für eine Vertriebs- und Marketingorganisation
- ▽ Projektphasen – 1. bis 3. Jahr
- ▽ Wesentliche Projektmodule 1. Jahr
- ▽ Projektmanagement – Projektprozesse/Meilensteine
- ▽ Status – Wo stehen wir heute
- ▽ Die nächsten Schritte...



Marktumfeld im Jahr 2002/Rahmenbedingungen

▽ Marktumfeld

- Umsatzeinbrüche im Bereich Elektronik
 - Keine Signale eines „Wirtschaftsaufschwungs“
- Verlagerung der Ressourcen von Europa nach Asien
- Stetiger Verfall der Preise – Druck auf Lieferanten
- Marktaustrittsszenario
 - Extremer Verdrängungswettbewerb
 - Austritt von Mitbewerbern

▽ Intern

- Neue AT&S Kapazitäten - Neues Werk in China
- Kosteneinsparungsprogramme



Projektziele für die Entwicklung der Vertriebs- und Marketingorganisation

Mission

- ▽ **Klare Strukturen und Prozesse für eine internationale Vertriebs- und Marketingorganisation**

Hauptziele

- ▽ Entwicklung der Vertriebs- und Marketing- Strukturen mit weltweit einheitlichen Standards auf der Basis der modernen Wissensmanagement-Methoden
- ▽ Entwicklung einer Vertriebsplanung, Key Account-Planung und Marketingplanung (Ziele, Meilensteine, Maßnahmen, Budget/Ressourcen)

Teilziele

- ▽ Entwicklung der Instrumente, Prozesse und Systeme für die Vertriebs- und Marketingorganisation
- ▽ Implementation der Instrumente in der Organisation
- ▽ Erhöhung der Performance (Effektivität und Effizienz) auf der Basis von Wissensmanagement-Methoden

Überblick über die Projektphasen 1. bis 3. Jahr





Wesentliche Aufgaben für das erste Jahr

▽ Entwicklung der Pläne inklusive Strategie, Ziele, Maßnahmen, Budgets

- Marketingplan
- Vertriebspläne
- Key Account Pläne

▽ Steuerung der Prozesse


- Information, Kommunikation
- Planung
- Steuerung

▽ Dokumentation Wissensbasis

- Marktwissen, Wettbewerb
- Kundenwissen
- Produktwissen
- Technologie

▽ Entwicklung der Vertriebs- und Marketingorganisation (System)

- Analyse der Grundlagen (organisatorische Basis, Schnittstellen mit der AT&S-Organisation, z. B. EDV-Systeme (SAP).
- Festlegung der organisatorischen Strukturen (Kernaufgaben, Aufbauorganisation, Verantwortungsbereiche, Schnittstellen, Prozesse, Berichtswesen, Meetingstruktur)
- Strukturen für Kundendatenbanken, CRM (Customer Relationship Management) und Kundenwissen
- Entwicklung der Instrumente
 - Analyse, Planung, Steuerung
- Dokumentation der Standards und Prozesse



Projektorganisation - Erforderliche Rollen

Projektbeirat/Mentoren

Dörflinger, Kasacek, MdS

Projektleitung - Kernteam

Kasacek, Rieser, Ottitsch, MdS

Projektteam

Prozesse
Organisation
Instrumente
Hr. Eder

Projektteam

Strategie
Pläne Vertrieb,
Key Account, Marketing
Hr. Ottitsch

Projektteam

Wissensmanagement
Lernende Organisation
Vertrieb/Marketing
Hr. Keil

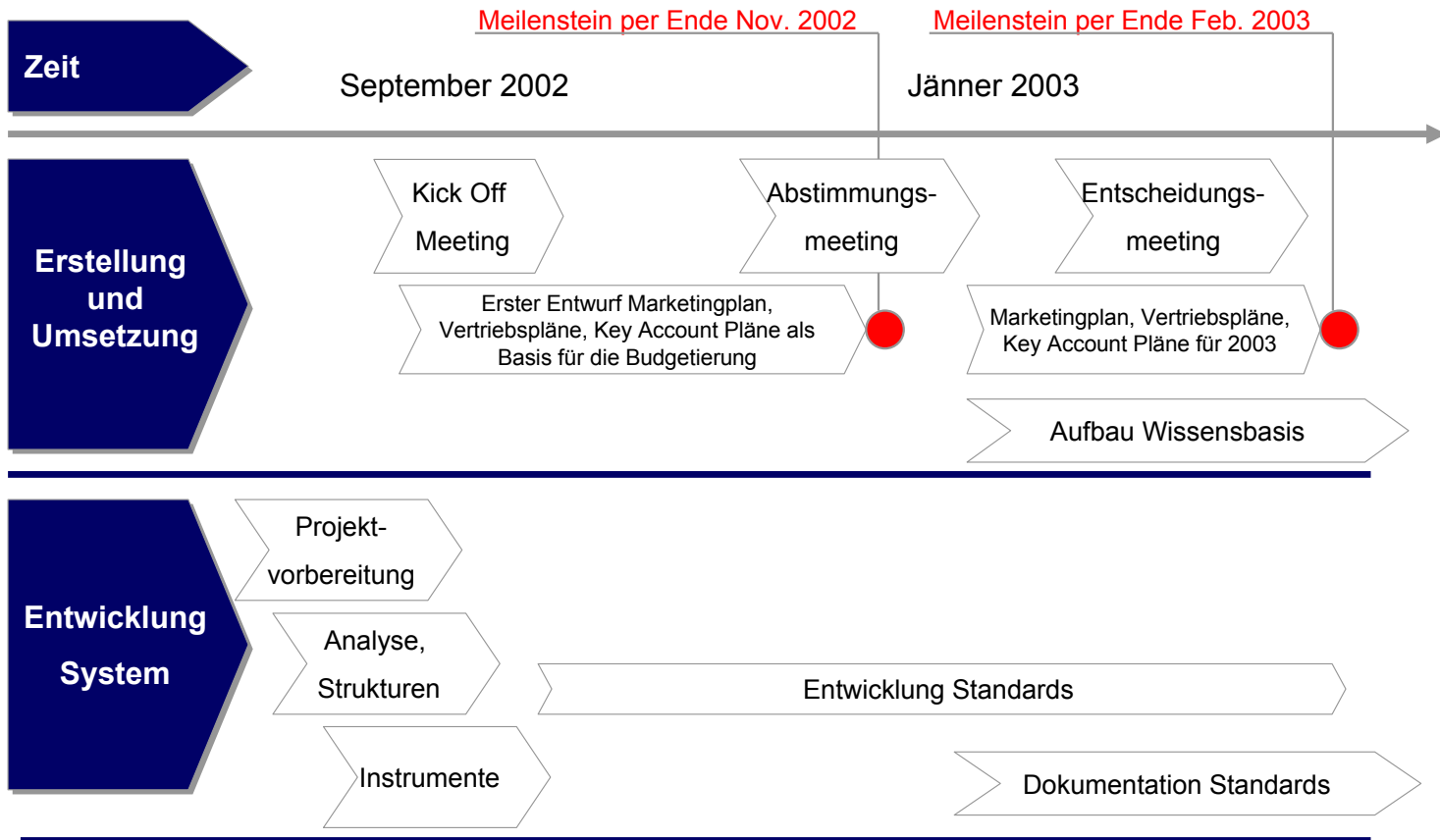
**Arbeitsgruppen nach Bedarf
Festlegung der Leitung**

**Arbeitsgruppen nach Bedarf
Festlegung der Leitung**

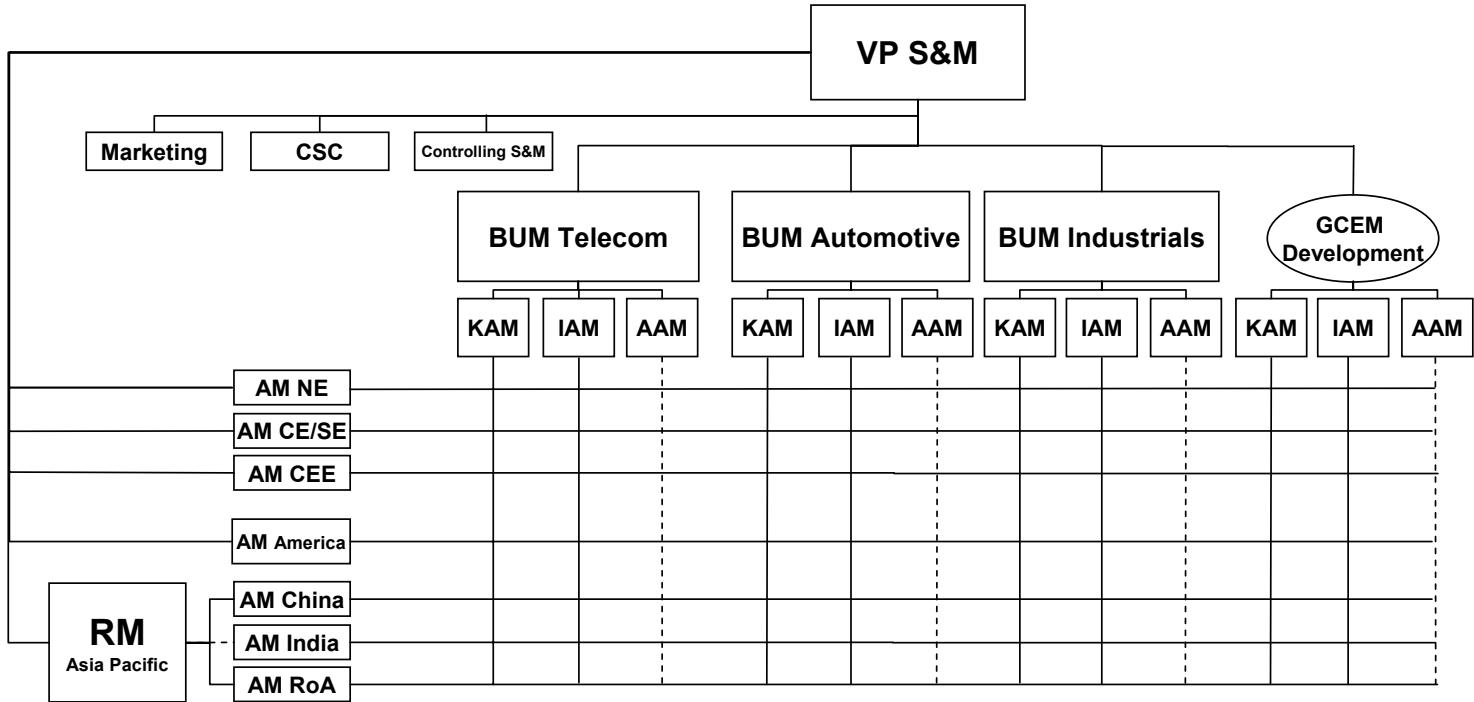
**Arbeitsgruppen nach Bedarf
Festlegung der Leitung**

- ▽ In die Projektteams werden jene Mitarbeiter einbezogen, die auch für die operative Umsetzung verantwortlich sind.

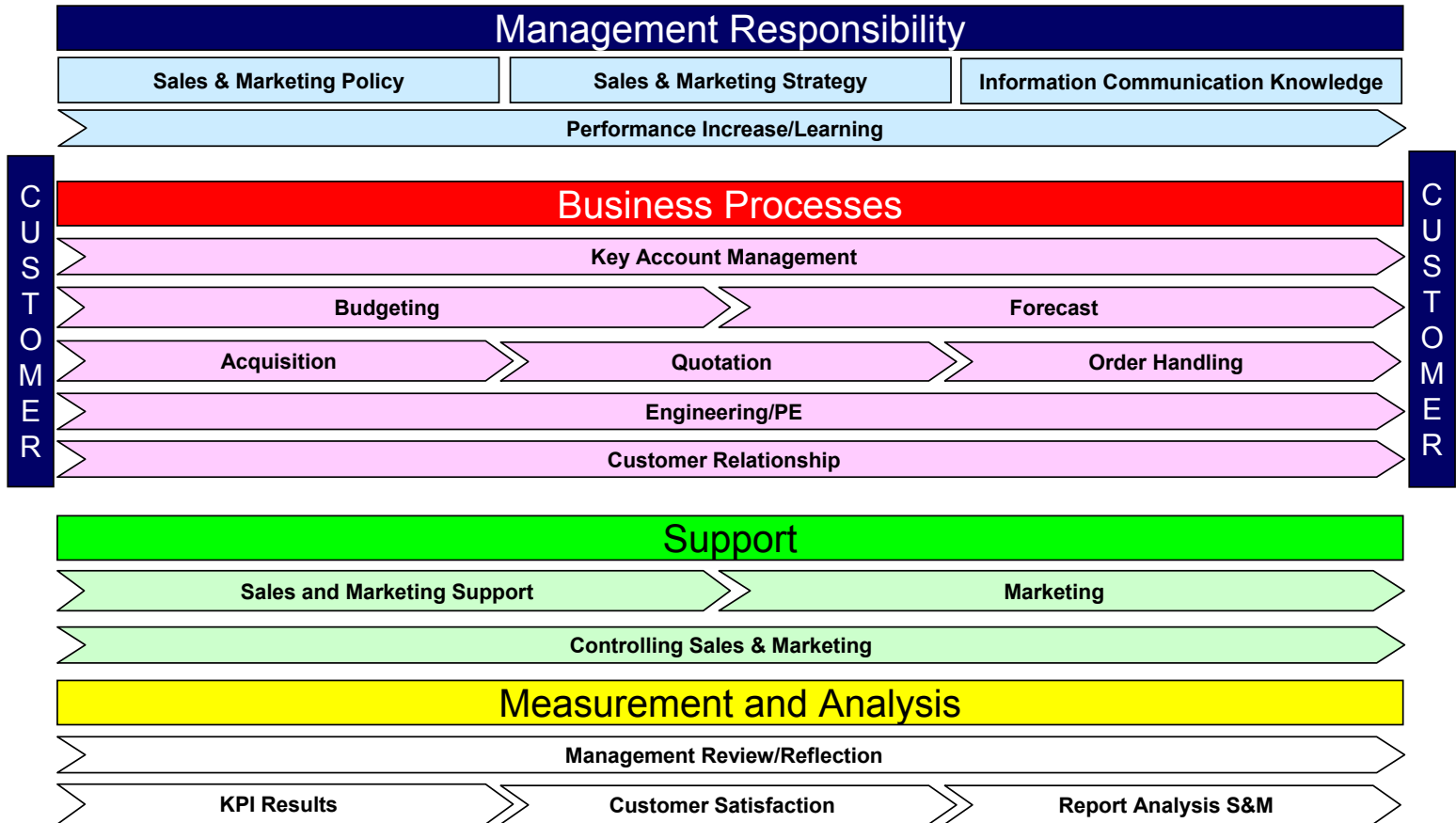
Prozesse im ersten Jahr



Neue Marketing- und Vertriebsstruktur

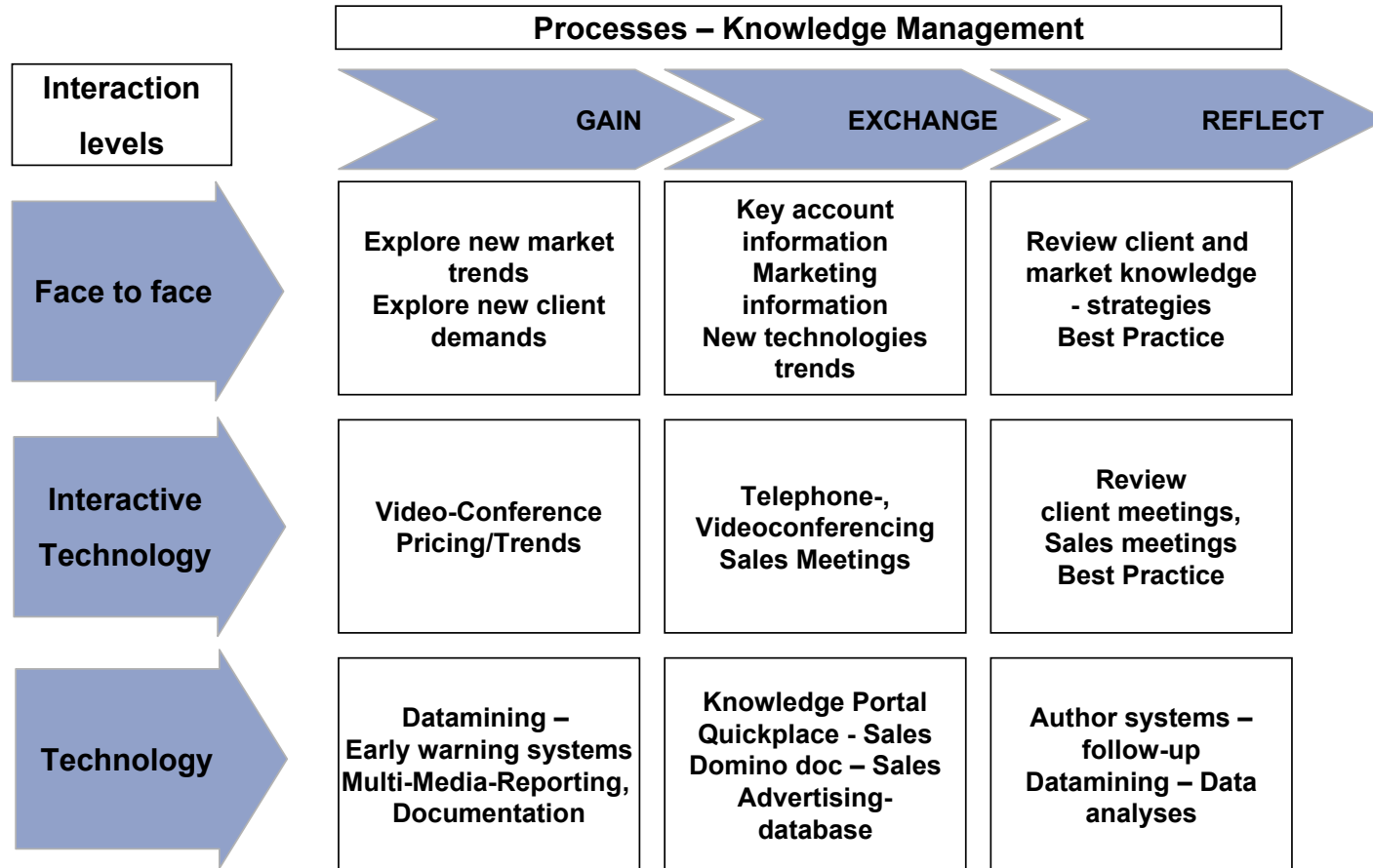


Geschäftsprozesse – Marketing Vertrieb



Source: Team analysis AT&S Sales & Marketing, 26.2.2003, according to ISO9000:2000

Information – Communication – Knowledge – AT&S/Regeln





eLearning/eKnowledge Module

2003

2003/2004

2004

Phase 1

- ▽ Activity management
- ▽ Planning and setting goals correctly
- ▽ Customer visits

Phase 2

- ▽ Customer Acquisition
- ▽ Key Account Management
- ▽ Customer Relationship Management

Phase 3

- ▽ Self-Management
- ▽ Motivation and team spirit
- ▽ Performance Selling



AT&S – Pressekonferenz/Februar 2004 - Kernaussagen

- ▽ AT&S erhöht Gewinnprognose
- ▽ Umsatzplus 16 %
- ▽ Gewinnplus 29 %
- ▽ Engagement in China war richtige Entscheidung und zum richtigen Zeitpunkt
- ▽ ...



Die nächsten Schritte im Entwicklungsprozess

▽ Optimierung

- Akquisitionsprozesse
- Bearbeitung neuer Märkte (Regionen, Produkte)
- Verbesserung der Kundenorientierung, Servicequalität
- Ausbildung der Mitarbeiter

▽ Performance

- Best Practice – Lernen im Vertrieb
 - Activity Manager (Vorbereitung CRM)

▽ Sales Marketing Meeting – März 2004

- Focus: Akquisition



Weitere Informationen

- ▽ Homepage AT&S www.ats.net
- ▽ Pressekonferenz AT&S
- ▽ Homepage MdS Network www.mds-network.com
- ▽ Fallbeispiel/Training Magazin:
 - Wissensbasierte Vertriebsentwicklung
 - MdS Network Homepage/News/Archiv
 - Case Study – Wissensbasierte Vertriebsentwicklung