

Classification Matrix

Der nachstehende Fragebogen soll helfen, ein Anforderungsprofil für die Recherche potenzieller Kunden und Akquise-Szenarien zu bestimmen und Ihre aktuelle Positionierung bei der Gewinnung von Neukunden zu ermitteln.

1. Welche Zielgruppen - zum Beispiel Maschinenbau, Werkzeugbau etc. - adressieren Sie mit Ihrem Angebot (maximal 5 Gruppen; bitte ordnen nach Wichtigkeit)?

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

Wir haben viele Zielgruppen, daraus resultierend haben wir keine eindeutige Fokussierung (bitte optional ankreuzen)

2. Wie ist etwa die Umsatzverteilung innerhalb dieser 5 wichtigsten Zielgruppen und wie hoch ist die Zahl der Kunden innerhalb dieser Branchen/Zielgruppen?

- Zielgruppe 1: Umsatzanteil ____ Prozent; ____ aktive Kunden in diesem Segment
- Zielgruppe 2: Umsatzanteil ____ Prozent; ____ aktive Kunden in diesem Segment
- Zielgruppe 3: Umsatzanteil ____ Prozent; ____ aktive Kunden in diesem Segment
- Zielgruppe 4: Umsatzanteil ____ Prozent; ____ aktive Kunden in diesem Segment
- Zielgruppe 5: Umsatzanteil ____ Prozent; ____ aktive Kunden in diesem Segment

3. Betrachten Sie Ihre fünf wichtigsten Kunden? Was haben diese gemeinsam?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> gleiche Branche | <input type="checkbox"/> gleiche Unternehmensgröße |
| <input type="checkbox"/> gleiches Produkt-/Leistungsangebot | <input type="checkbox"/> etwa gleiche jeweilige Auftragsgröße |
| <input type="checkbox"/> gleicher Standort oder Region | <input type="checkbox"/> gleiche Dringlichkeit der Auftragsdurchführung |

- gleiche hohe Preissensibilität _____
- _____ _____
- _____

4. Aus welchen Anlässen kaufen die Kunden bei Ihnen (zum Beispiel Modernisierung, Erweiterungen, Ersatzinvestition, keine oder zu geringe eigene Produktionskapazität etc.) und welche Anlässe kommen am häufigsten vor? (Nummerierung/Rang 1 bis 5)?

- _____ Rang _____
- _____ Rang _____
- _____ Rang _____
- _____ Rang _____
- _____ Rang _____

5. Betrachten Sie diesmal alle Kunden Ihres Unternehmens: Wieviel Prozent der Kunden haben Sie auf die folgende Weise kennengelernt?

- ca. ____ Prozent Messen/Veranstaltungen
- ca. ____ Prozent Empfehlung von anderen Kunden/Geschäftspartnern
- ca. ____ Prozent Telefonmarketing (Cold Calls)
- ca. ____ Prozent Mailing- / E-Mailing-Kampagnen oder Newsletter
- ca. ____ Prozent Soziale Medien (XING, LinkedIn, Facebook etc.)
- ca. ____ Prozent _____
- ca. ____ Prozent _____
- ca. ____ Prozent _____

6. Wieviel Prozent (Summe = 100%) der Erstkontakte mit potenziellen Kunden kommen wie zustande?

- ____ % Der Kunde ruft uns an
- ____ % Der Kunde schreibt uns an (E-Mail, Brief, Web-Formular)
- ____ % Wir rufen den Kunden an
- ____ % _____

7. Wieviel Prozent der qualifizierten Kontakte zu potenziellen Kunden führen zu Aufträgen innerhalb eines Jahres?

- ca. ____ %

Anmerkung: Qualifizierte Kontakte sind solche Kontakte, wo der Kunde einen konkreten Bedarf geäußert **und** ein mögliches Interesse an einer Zusammenarbeit mit Ihrem Hause signalisiert hat.

8. Wie ist Ihre Einschätzung: Wieviel Prozent der verlorenen Aufträge (Summe 100 Prozent) sind zurückzuführen auf

- ca. ____ Prozent – zu hoher Angebotspreis
- ca. ____ Prozent – zu lange Lieferzeit
- ca. ____ Prozent – Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung passte nicht optimal
- ca. ____ Prozent – Ihr Unternehmen war zu groß ____ oder zu klein ____ („politische“ Entscheidung)
- ca. ____ Prozent – der Kunde hatte von Anfang schon einen anderen Lieferanten vorgesehen
- ca. ____ Prozent - _____
- ca. ____ Prozent - _____
- ca. ____ Prozent - _____
- ca. ____ Prozent - _____

9. Zum Schluss noch eine Frage zu Ihrer Adress-/Kundendatenbank: Wie viele Adressen (mit Ansprechpartner und allen wichtigen Kontaktdaten) haben Sie für Ihre wichtigsten Zielgruppen etwa gespeichert und wie aktuell und vollständig sind diese Daten (Note 1 bis 6)?

- Adressen: _____
- Aktualität und Vollständigkeit: Note _____