

Thema 1

Pipeline-Generierung

Aufgabenstellung:

Ein erfolgreicher Software-Hersteller entwickelt und vertreibt Software für den Bereich Netzwerkmanagement. Zielgruppe sind maßgeblich größere Mittelstandskunden bis hin zu Großkunden. Marktanalysen beschreiben das Produkt wie auch den Markt sehr positiv. Trotzdem ist aktuell (Monat April) die Pipeline für das Lizenzgeschäft außerordentlich schlecht gefüllt, so dass das aktuell zu erwartende Auftragsvolumen deutlich hinter den Planzahlen des laufenden Geschäftsjahres steht (Geschäftsjahr = Kalenderjahr).

Die Unternehmensleitung erwartet ein Konzept/Programm zur Füllung der Pipeline innerhalb der nächsten 3 Monate. Hierzu hat sie ein zusätzliches Budget von 250.000€ zur Verfügung gestellt.

Lizenzumsatz des Unternehmens 2004: 100 Mio.€ (5% Steigerung geplant für 2005)

Anzahl Mitarbeiter gesamt: 700

Anzahl Mitarbeiter im Vertrieb und vertriebsnahen Organisationen: 200

Vertriebsschwerpunkte: Deutschland und angrenzende Länder; zentrale Vertriebsleitung, regionale Bereichsleiter

Zentrale Marketingabteilung (10 Mitarbeiter) vorhanden (nicht der Vertriebsleitung unterstellt)

Lizenzumsatz Q1/2005: Ist = 15 Mio.€(im Plan)

Durchschnittlicher Lizenzumsatz/Kunde: 250.000€

Ungewichtete Pipeline bis Q4/2005: 130 Mio.€

Gewichtete Pipeline bis Q4/2005: 55 Mio.€

Produkt: Komplexe Software für das Netzwerkmanagement; 1 gleichartiger Wettbewerber vorhanden;

Entwickeln sie einen konkreten Maßnahmen-/Aktionsvorschlag für die Unternehmensleitung zur Füllung der Pipeline und/oder zur Erhöhung der gewichteten Pipeline. Ein Zusatzbudget wurde zur Verfügung gestellt. Beachten sie hierbei, dass es sich dabei um ein Zusatzbudget handelt, d.h. im Rahmen der Budgetierung 2005 wurden bereits übliche marketing- und vertriebsfördernde Maßnahmen geplant. Stellen sie sicher, dass der Vorschlag Meilensteine und Kontrollinstrumente besitzt, an denen regelmäßig der Fortschritt gemessen werden kann. Beschreiben sie auch hierzu die notwendigen Prozesse und Verantwortlichkeiten.