

Technologieorientiertes Vertriebskonzept zur nachhaltigen Geschäftsentwicklung

TMA – Technologie Markt Abgleich

■ engineering

Ingenieurbüro von Löbbecke

■ products

von Löbbecke GmbH

■ services

kommunikation + sales

VL-GROUP

■ engineering
■ products
■ services

VERTRIEBSKONZEPT: ABLAUF DER EINZELNEN TMA-PHASEN

PHASE 1 - BEWERTUNG:
Analyse der vorhandenen
Fertigungstechnologien
im Vergleich zu potentiellen
Märkten

PHASE 2 - STRATEGIE:
Festlegung der „Schlüssel“-
Fertigungstechnologien
zur Erschließung neuer
Märkte

PHASE 3 -
OPERATIVE UMSETZUNG:
Einführung des Unter-
nehmens und der Techno-
logien in die definierten
Märkte

PHASE 1:

BEWERTUNG (WORKSHOP): Analyse der vorhandenen Fertigungstechnologien im Vergleich zu potentiellen Märkten

ANALYSE:

- Verfügbare Fertigungstechnologien
- Vorhandene Anwendungen und Produkte
- Freie Fertigungskapazitäten
- Derzeit belieferte Märkte
- „best practices“ Technologien
- Wesentliche USPs

| no. | technology | location | equipment | ideal component size | material | OEE evaluation | products | market |
|-----|------------|----------|-----------|----------------------|----------|----------------|----------|--------|
| 1 | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | |

PHASE 2:

STRATEGIE: Festlegung der „Schlüssel“-Fertigungstechnologien zur Erschließung neuer Märkte

| no. | technology | location | equipment | ideal component size | material | OEE evaluation | products | market |
|-----|------------|----------|-----------|----------------------|----------|----------------|----------|--------|
| 1 | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | |

STRATEGIE:

- Quer-Referenzieren vorhandener Fertigungstechnologien in neue Märkte und Applikationen
- Definition und Festlegung der technologischen Erfolgsfaktoren sowie der kommerziellen Schlüsselfaktoren
- Festlegung der Zielapplikationen und Zielmärkte

PHASE 3:

OPERATIVE UMSETZUNG: Einführung des Unternehmens und der Technologien in die definierten Märkte

- Ausarbeitung der Argumentationskette für den technologieorientierten Vertriebsprozess
- Festigung der USP's und der Marktposition
- Festlegung neuer Zielkundengruppen
- Schneller Zugang zu Referenzkunden über das Expertennetzwerk
- Schneller Zugang zu einem lokalen Netzwerk von Vertriebsspezialisten
- Externe Vertriebsexperten als flexible und skalierbare Alternative zur Festanstellung von Vertriebsmitarbeitern
- Unser Vertriebsteam hat Zugang:
 - zum europäischen Markt
 - zu spezifischen Marktsegmenten wie Medizin, Agrar, Elektromobilität, Werkzeugmaschinen, Automotive ...