

KEY ACCOUNT AUSWAHL

Schritt für Schritt Anleitung

SIECK consulting
Anemonenweg 9
D-71672 Marbach am Neckar
Telefon: 07144 8985 27
Telefax: 07144 8985 26
Email: h.sieck@sieck-consulting.de
www.sieck-consulting.de



Schritt 1:

Festlegung vom Kundensegment (direkte Kunden, indirekte Kunden, ...)

Kundensegment: xxxx

Key Account identifizierung für ein spezifisches Kundensegment

Kriterienbereich	Eigene Position beim Account			Account / Kunden Attraktivität												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Kriteriennummer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						
Gewichtung	50	50	0	10	10	10	10	10	10	10						
Bewertung																
0																
1																
2																
3																
Account / Kunde											Summe	BCG Ergebnis	Eigene Position he	Account Attraktivität	Umsatz 2017	Aktive Key Account Auswahl
xx	1	1	1		1	1	1	1	3	3	20	Poor dog	33%	48%	1	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	

Summe Gewichtung Eigene Position: **100** (Soll = 100)

Summe Account Attraktivität: **70** (Soll = 100)

Key Account Portfolio

Account / Kunden Attraktivität

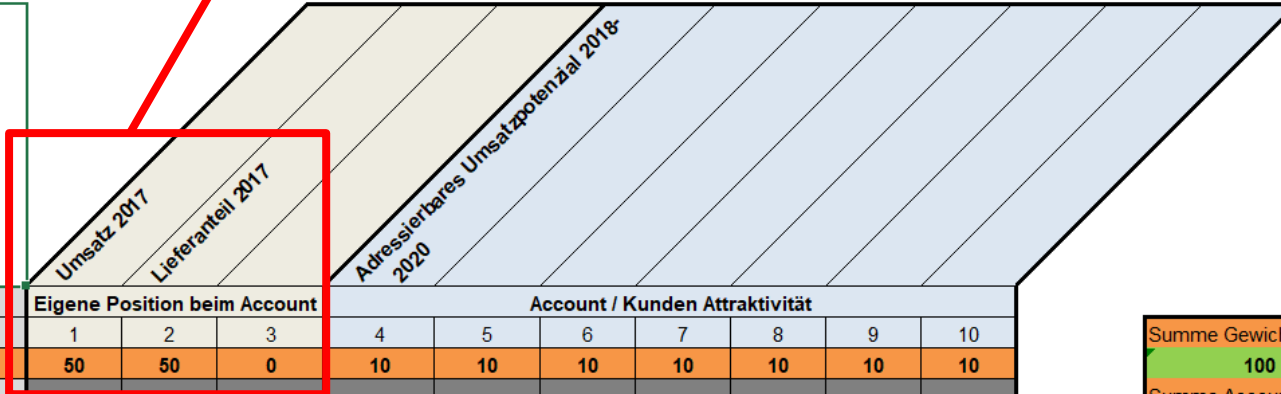
Eigene Position beim Account heute

Schritt 2:

Festlegen der Kriterien zur Bestimmung der eigenen Position beim Account heute. X-Achse in der BCG Darstellung. Anschließend erfolgt die Gewichtung der Kriterien (Summe = 100)

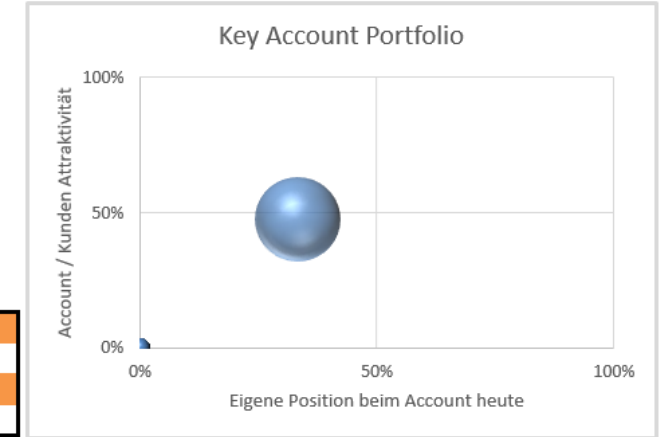
spezifisches Kundensegment

Kundensegment:
xxxx



Kriterienbereich	Eigene Position beim Account			Account / Kunden Attraktivität						
Kriteriennummer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gewichtung	50	50	0	10	10	10	10	10	10	10
Bewertung										
0										
1										
2										
3										

Summe Gewichtung Eigene Position	100	(Soll = 100)
Summe Account Attraktivität	70	(Soll = 100)



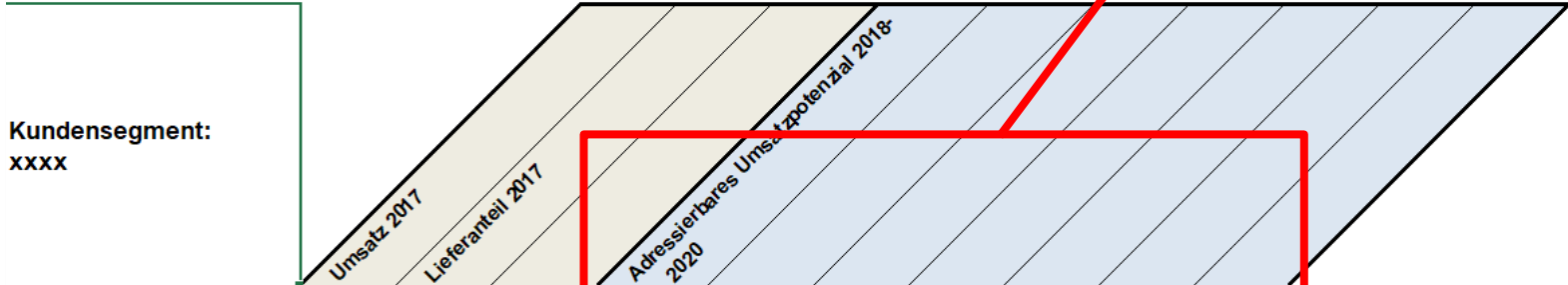
Account / Kunde	1	1	1		1	1	1	1	3	3	Summe	BCG Ergebnis	Eigene Position heute	Account Attraktivität	Umsatz 2017	Aktive Key Account Auswahl
xx	1	1	1		1	1	1	1	3	3	20	Poor dog	33%	48%	1	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	

Schritt 3:

Festlegen der Kriterien zur Bestimmung der Account Attraktivität.
y-Achse in der BCG Darstellung.
Anschließend erfolgt die Gewichtung der Kriterien (Summe = 100)

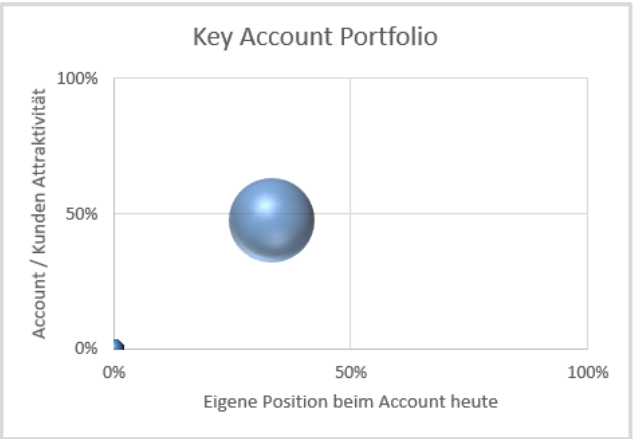
Key Account identification für ein spezif

Kundensegment:
xxxx



Kriterienbereich	Eigene Position beim Account			Account / Kunden Attraktivität						
Kriteriennummer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gewichtung	50	50	0	10	10	10	10	10	10	10
Bewertung										
0										
1										
2										
3										

Summe Gewichtung Eigene Position	100	(Soll = 100)
Summe Account Attraktivität	70	(Soll = 100)



Account / Kunde	1	1	1		1	1	1	1	3	3	Summe	BCG Ergebnis	Eigene Position he	Account Attraktivität	Umsatz 2017	Aktive Key Account Auswahl
xx	1	1	1		1	1	1	1	3	3	20	Poor dog	33%	48%	1	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	

Schritt 4:

Key Account identifizierung für ein spezifisches Kundensegment

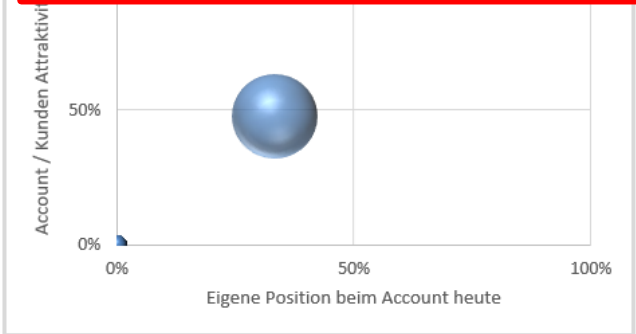
Kundensegment:
xxxx



Kriterienbereich	Eigene Position beim Account			Account / Kunden Attraktivität						
Kriteriennummer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gewichtung	33	33	3	10	10	10	10	10	10	10
Bewertung										
0										
1										
2										
3										

Summe Gewichtung Eigene Position	100	(Soll = 100)
Summe Account Attraktivität	70	(Soll = 100)

Festlegung der Werte für die jeweiligen Kriterien. Beispiel:
 Umsatz 2017:
 0: <100T€
 1: 100T€ ... 499T€
 2: 500T€ ... 1000T€
 3: >1001T€
 (Diese Felder dienen nur zur Information, um die Accounts anschließend richtig bewerten zu können)



Account / Kunde	1	1	1		1	1	1	1	3	3	Summe	BCG Ergebnis	Eigene Position he	Account Attraktivität	Umsatz 2017	Aktive Key Account Auswahl
xx	1	1	1		1	1	1	1	3	3	20	Poor dog	33%	48%	1	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	

Schritt 5:

Accounts / Kunden eintragen und anhand der ausgewählten Kriterien bewerten in einer Skala von 0 ... 3

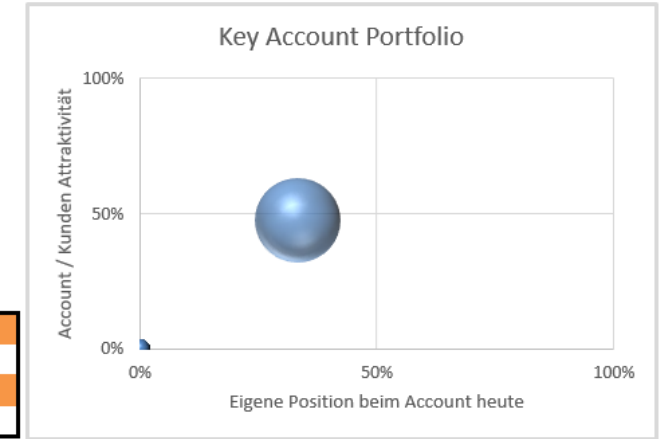
Key Account identifizierung für ein spezifisches Kundensegment

Kundensegment:
xxxx



Kriterienbereich	Eigene Position beim Account			Account / Kunden Attraktivität						
Kriteriennummer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gewichtung	50	50	0	10	10	10	10	10	10	10
Bewertung										
0										
1										
2										
3										

Summe Gewichtung Eigene Position	100	(Soll = 100)
Summe Account Attraktivität	70	(Soll = 100)



Account / Kunde	1	1	1		1	1	1	1	3	3	Summe	BCG Ergebnis	Eigene Position heute	Account Attraktivität	Umsatz 2017	Aktive Key Account Auswahl
xx	1	1	1		1	1	1	1	3	3	20	Poor dog	33%	48%	1	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	
											0		0%	0%	0,05	

Schritt 6:

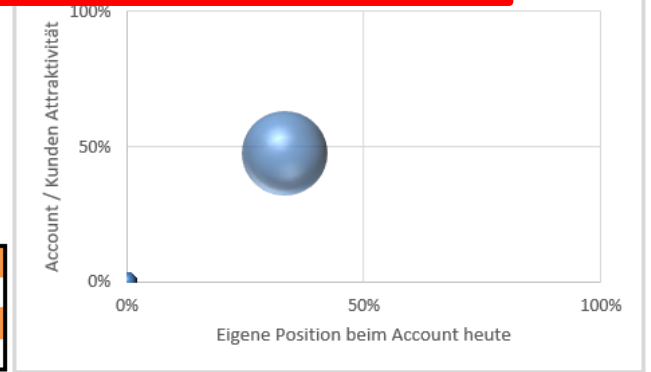
Key Account identifizierung für ein spezifisches Kundensegment

Kundensegment:
xxxx



Kriterienbereich	Eigene Position beim Account			Account / Kunden Attraktivität						
Kriteriennummer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gewichtung	50	50	0	10	10	10	10	10	10	10
Bewertung										
0										
1										
2										
3										
Account / Kunde										
xx	1	1	1		1	1	1	1	3	3

Summe Gewichtung Eigene Position	100	(Soll = 100)
Summe Account Attraktivität	70	(Soll = 100)



Ergebnisliste durch klicken auf den Pfeil noch absteigend sortieren. So erhalten Sie ein Scoring anhand der Gesamtattraktivität. Die Top Accounts stehen oben auf der Liste und abhängig von den zur Verfügung stehenden Ressourcen können Sie Ihre Key Accounts festlegen.

Account / Kunde	Summe	BCG Ergebnis	Eigene Position heute	Account Attraktivität	Umsatz 2017	Aktive Key Account Auswahl
xx	20	Poor dog	33%	48%	1	
	0		0%	0%	0,05	
	0		0%	0%	0,05	
	0		0%	0%	0,05	
	0		0%	0%	0,05	
	0		0%	0%	0,05	
	0		0%	0%	0,05	
	0		0%	0%	0,05	
	0		0%	0%	0,05	
	0		0%	0%	0,05	

Schritt 7:

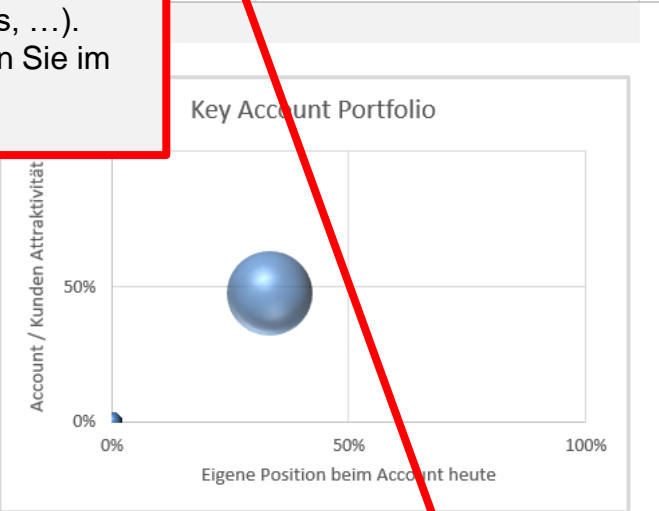
Key Account identifizierung für ein spezielles Kundensegment

Kundensegment:
xxxx

Kriterienbereich	Eigene Position beim Account			Account / Kunden Attraktivität						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kriteriennummer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gewichtung	50	50	0	10	10	10	10	10	10	10
Bewertung										
0										
1										
2										
3										
Account / Kunde										
xx	1	1	1		1	1	1	1	3	3

Optional können Sie die Key Accounts final noch klassifizieren (z.B. in Global Key Accounts, National Key Accounts, ...). Die verwendeten Begriffe können Sie im Blatt „Definitions“ anpassen.

Summe Gewichtung Eigene Position	100	(Soll = 100)
Summe Account Attraktivität	70	(Soll = 100)



Summe	BCG Ergebnis	Eigene Position he	Account Attraktivität	Umsatz 2017	(Blasengröße)	Aktive Key Account Auswahl
20	Poor dog	33%	48%	1		
0		0%	0%	0,05		
0		0%	0%	0,05		
0		0%	0%	0,05		
0		0%	0%	0,05		
0		0%	0%	0,05		
0		0%	0%	0,05		
0		0%	0%	0,05		
0		0%	0%	0,05		
0		0%	0%	0,05		