

Daten und Dienstleistungen

Ausgangssituation:

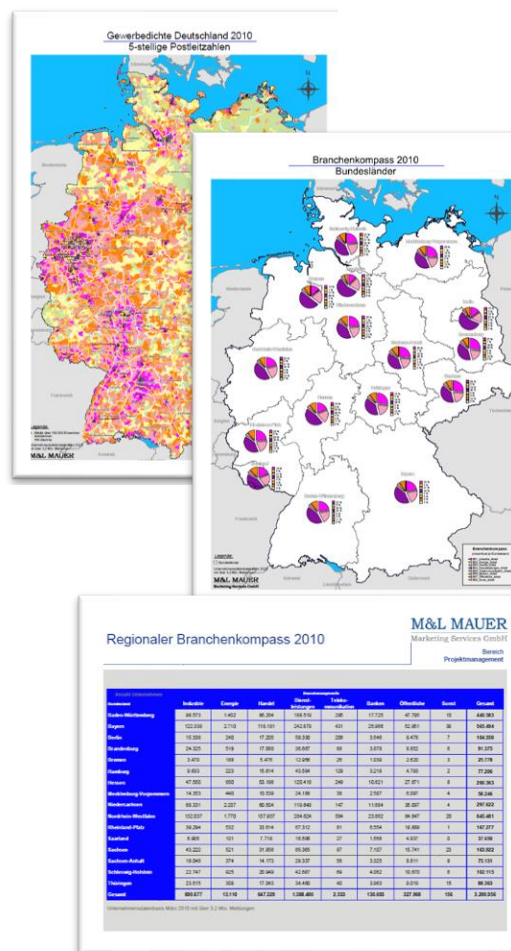
- Für die Planung der Verkaufszahlen von Vertriebskanälen und den Außendienstmitarbeitern stehen meist die eigenen Ergebnisse aus der Vergangenheit zur Verfügung, zum Teil auch in Zielerreichung
- Die Herausforderung besteht in der Anwendung von objektiven Leistungskriterien wie z.B. dem Grad der Potenzialausschöpfung, die Vergleichbarkeit der Gebiete untereinander oder der Ermittlung der zukünftigen Chancen
- Um die Potenzialausschöpfung messen zu können, werden entsprechende Bruttopotenziale benötigt, um eine fokussierte Gebietsbewertung zu ermöglichen
- Die M&L-Business Datenbank bietet diese Sicht auf die Deutsche Wirtschaft und wird jährlich aktualisiert
- Dazu werden die Unternehmen der Deutschen Wirtschaft in den vom Statistischen Bundesamt festgelegten Branchencodes (WZCode2008) analysiert und verdichtet

M&L Lösungen:

- Identifizierung von Unternehmensballungen durch Gewerbedichten
- Identifizierung und Analyse spezieller Branchenballungsgebiete, durch bspw. Industrie- oder Handelsdichten
- Branchenkompass

Vorgehen:

- Die Deutsche Wirtschaft wird dazu in 7 Hauptbranchen verdichtet, welche auf dem WZCode2008 des Statistischen Bundesamts basieren
- Es stehen Auswertungen über die regionale Verteilung der Unternehmen zur Verfügung (Bundesländer und Branchen)
- Weiterhin Auswertungen über die strukturelle Verteilung der Unternehmen (Mitarbeitergrößenklassen und Branchen)
- Weitere Sichtweisen können ebenfalls analysiert werden (bspw. Wettbewerbsanalysen, Stadtanalysen inkl. Großräume)
- Optionale Beschaffung des adressierbaren Potenzials top aktuell (→Prozess Datenqualitätsmanagement)



Nutzen:

- Regionale Grob- und Feinplanung durch Marktsegmentierung
- Priorisiertes Vorgehen durch die Verdichtung der für die Ziele notwendigen Unternehmenskennzahlen und Rangfolgenbildung
- Nutzung von Best Practice Ansätzen, um bestehende Sichtweisen auf das jeweilige Gesamtsegment des Wirtschaftszweigs zu übertragen
- Höherer Umsatz durch Identifizierung von Nettopotenzialen
- Höhere Mitarbeiterzufriedenheit durch einheitlich verwendete Potenzialdaten, mehr effektive Verkaufszeit
- Nachhaltigkeit für Stakeholder, Management und Mitarbeiter