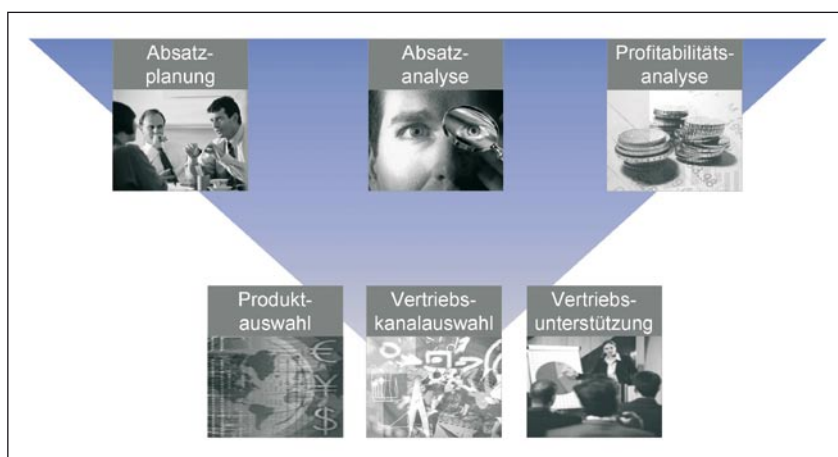


Unterstützung der Vertriebssteuerung im Asset Management mit SAM



Highlights

- **Paradigmenwechsel bei Asset-Management-Gesellschaften**
- **Ertragssteigerung als Herausforderung**
- **Bedeutung der Vertriebssteuerung für die effiziente Produktauswahl und Vertriebskanalsteuerung**
- **IBM Sales Management System (SAM) als moderne Lösung zur Unterstützung bei der Vertriebssteuerung**

Paradigmenwechsel bei Asset-Management-Gesellschaften.

Der Fokus der Asset-Management-Gesellschaften lag bis vor kurzem auf einer primär nach innen gerichteten Kostensenkungsstrategie, die im Regelfall auch mit Prozessoptimierungsprogrammen einherging. Aktuell findet hier ein Wechsel zu einer externen Ausrichtung statt: Die Stärkung des Unternehmenserfolgs kann auch durch die Verbesserung der Ertragsseite erreicht werden, sodass der Blick nun vermehrt auf diesen Aspekt gelenkt wird.

Warum in die Unterstützung der Vertriebssteuerung investieren?

Der Wandel fordert die Abkehr von reinen Volumenzielen, maßgeblich sind nun eher die Ertragsziele. Hierzu ist es notwendig, sowohl die Produktpalette als auch die Vertriebskanäle auf ihre Effizienz zu überprüfen.

Der Wertgewinn durch eine leistungsstarke Vertriebssteuerung wird dabei

oft übersehen. Eine effektive Vertriebssteuerung wird erreicht, wenn mit geringem Zeit- und Abstimmungsaufwand die Zielvorgaben erteilt und eine zeitnahe umfangreiche Analyse der Zielumsetzung erfolgen kann.

Durch Analysemöglichkeiten, die sich auch auf die Profitabilität beziehen, lassen sich die effizienten Kombinationen aus Produkt und Vertriebsweg erkennen. Auf der Basis dieser Informationen kann die Produktpalette angepasst oder die Auswahl der Vertriebskanäle überdacht werden. So lassen sich Ertragspotenziale ausschöpfen und mögliche 'Wertvernichter' mit negativen Deckungsbeiträgen zeitnah eliminieren.

Welche Vorteile hat ein systematisches Vertriebssteuerungsverfahren?

- *Einfache, festlegbare Budgetierungsverfahren erhöhen die Transparenz und Akzeptanz der Vertriebsvorgaben.*
- *Zeitnahe Kontrolle, die sich nicht auf einen reinen Soll-Ist-Abgleich beschränkt, sondern auch eine mehrdimensionale Analyse der Ergebnisse beinhaltet, ermöglicht ein schnelles, zielgerichtetes Handeln.*
- *Ineffiziente Vertriebskanäle bzw. Produkt-Vertriebskanal-Kombinationen lassen sich identifizieren.*
- *Schulungsbedarf für Mitarbeiter bzw. Bereiche, in denen absatzfördernde Maßnahmen ergriffen werden sollten, können zeitnah erkannt werden.*

IBM Solution

IBM Sales Management System (SAM).

Das IBM Sales Management System (SAM) ist ein System zur Unterstützung der Vertriebssteuerung. SAM lässt sich als Daten-Konsument leicht in die bestehende Systemlandschaft integrieren; die operativen Daten- und Workflows sind nicht betroffen.

Der Benutzer greift über eine grafische Oberfläche auf die Vertriebsinformationen und auf Bestandsdaten zu.

Budgetierung von Vertriebszielen.

- *Transparente Budgetierungsmöglichkeiten für die Vertriebsziele*
- *Kaskadierung der Vertriebsvorgaben von der obersten Vertriebsebene bis hinunter zu den kleinsten Vertriebseinheiten nach individuell festlegbaren Verfahren*
- *Konfigurationsmöglichkeiten bei der Festlegung von Vorgabeverfahren im Rahmen der Budgetierung*

Kontrolle der Zielvorgaben.

- *Zeitnahe Kontrollmöglichkeiten durch einen Abgleich des Vertriebs-erfolgs mit den vorgegebenen Zielen*
- *Mehrdimensionale Analyse-möglichkeiten der Vertriebssituation z. B. bezogen auf Produkte, Vertriebseinheiten, Zeiträume usw.*
- *Freie Konfigurationsmöglichkeit der Analyseszenarien*
- *Optisches Hervorheben bei Abweichung von den Zielvorgaben*
- *Generierung automatischer Meldungen bei Abweichungen von den Zielvorgaben*

Kontrolle der Profitabilität.

- *Mehrdimensionale Analyse-möglichkeit der Profitabilität, z. B. Profitabilität pro Produkt, pro Vertriebskanal usw.*
- *Effektive Vertriebskanalsteuerung und Überwachung des Produktportfolios auf der Basis der Profitabilitätsanalyse*
- *Frei parametrisierbare Ertrags- und Kostenvorgaben, z. B. je Produkt, Vertriebsweg*
- *Abbildung von frei definierbaren Performance-Indikatoren*

Dienstleistungen zum Sales Management.

IBM stellt Unternehmen ein umfassendes Dienstleistungsangebot zur Verfügung, von der Anforderungsanalyse über die Beratung bei Konfiguration und Optimierung bis zur Ausbildung und zu kundenspezifischen Weiterentwicklungen.

IBM Kompetenz.

Als führendes IT- und IT-Beratungsunternehmen bietet IBM ihren Kunden die komplette Wertschöpfungskette von Lösungen im Bereich Banking, Financial Markets und Insurance. IBM begleitet die Unternehmen von Beginn an in allen Projektphasen: Dies beinhaltet die komplette Bandbreite – von Business Consulting Services über Software, Hardware, Systemanalyse und Design bis hin zu Implementierung und Betrieb der Lösung sowie Projektmanagement. Die Finanzindustrie nutzt dadurch die Expertise von derzeit mehr als 1000 Bankspezialisten im deutschsprachigen Raum.

Die IBM 'Global Services Method' verbindet bewährte, weltweit einheitliche Methoden für Projektmanagement mit dem fachlichen Know-how der verschiedenen Fachgebiete. Dadurch ist IBM in der Lage, auf ihre Kunden zugeschnittene Lösungen zu konzipieren und zu implementieren.

Um das Dienstleistungsangebot abzurunden, bietet IBM neben ihren Services und Produkten mit IBM Global Finance auch einen kompetenten Partner für die Finanzierung von IT-Projekten an.

IBM Kontaktadressen

Dr. Rainer Herma

IBM Business Consulting Services

Senior Consultant

Telefon: +49 160 97823067

E-Mail: rainer.herma@de.ibm.com

Ralf Kölling

IBM Business Consulting Services

Senior Consultant

Telefon: +49 160 7120796

E-Mail: ralf.koelling@de.ibm.com



IBM Deutschland GmbH
70548 Stuttgart
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustraße 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Bändliweg 21, Postfach
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter:
ibm.com

IBM, das IBM Logo, das e-Logo und ibm.com sind eingetragene Marken der IBM Corporation. On Demand Business und das On Demand Business Logo sind Marken der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Weitere Unternehmens-, Produkt- oder Servicemarken können Marken anderer Hersteller sein.

Vertragsbedingungen und Preise erhalten Sie bei den IBM Geschäftsstellen und/oder den IBM Business Partnern. Die Produktinformationen geben den derzeitigen Stand wieder. Gegenstand und Umfang der Leistungen bestimmen sich ausschließlich nach den jeweiligen Verträgen.

© Copyright IBM Corporation 2005
Alle Rechte vorbehalten.