

Case Study

**Market Share Increase (MASI)
Reitz Holding GmbH & Co. KG**

Mit neuem Selbstvertrauen in reifen B2B Märkten wachsen!

Was tun, wenn sich mehr Konkurrenten auf dem Markt der Industrieventilatoren etablieren und neue Kunden ausbleiben? Wenn die Umsatzentwicklung stagniert? Mit diesen Fragen im Hinterkopf hatte REITZ, ein Anbieter für Industrieventilatoren mit Sitz in Höxter, einen klaren Auftrag: Ein Wachstumsprogramm sollte her.

Nach Markt- und Kundenanalysen sowie internen Bestandsaufnahmen wurde schnell ersichtlich: REITZ ist ein Unternehmen, das aus Sicht der Kunden großes Potenzial hat. Und eines, das schon viel probiert hat, aber zu wenig ins konsequente Handeln kam. Es war an der Zeit, das zu ändern!

Neun Projektteams von REITZ arbeiteten gemeinsam an einem pragmatischen Projekt MASI (Market Share Increase) und richteten binnen weniger Wochen die Marktbearbeitung auf Wachstum aus. Auf dem Fahrplan standen deutlich mehr Nähe zu den Kunden, Fokussierung, etwa auf bestimmte Branchen und Kundengruppen, sowie ein engmaschiges Umsetzungscontrolling.

Die enge Einbindung der Mitarbeitenden in das Projekt sowie die schnellen Umsetzungsschritte lösten in der Belegschaft große Motivation aus und ließen den Glauben an die eigene Wirksamkeit wachsen. Der Vertrieb gewann wieder an Selbstvertrauen, um den Stagnationsmodus hinter sich lassen zu können.

Branche/Unternehmen

- Anlagenbau & Betriebstechnik

Ansatz MP Unternehmensberater

Projekt MASI:

- Kompakte Potenzialanalyse (Markt/Kunden, Marktbearbeitung, Führung & Zusammenarbeit)
- Ermittlung von Handlungsfeldern unter Einbindung der Akteure
- Engmaschiges Umsetzungscontrolling

Herausforderungen des Klienten

- Umsatz im reifen Markt steigern und Erfolge bei Kunden erzielen
- Wettbewerbsfähigkeit stärken
- Turnaround zum Umsatzwachstum schaffen
- Selbstwirksamkeit des Vertriebs fördern
- Höhere Markt- und Kundenorientierung erzeugen

Ergebnis

- Turnaround zu Umsatzwachstum
- Handlungsfelder identifiziert und Wachstumsprogramm erstellt
- Überzeugung der Selbstwirksamkeit (im Vertrieb) gewachsen
- Handlungsfelder mit Vertrieb in machbare Aufgaben überführt und umgesetzt