

Basisprincipe 2 voor forse omzetgroei

Omzetgroei

24 januari 2007

Halveer je doelgroep en focus op 20% van uw doelgroep

Wil je de winstgevendheid van je bedrijf serieus aanpakken? Vergeet dan platgewandelde paden als kostenbesparing of efficiency verhoging. De winst van een bedrijf wordt namelijk in eerste instantie bepaald door de samenstelling van het klantenbestand! Heb je veel klanten die bijdragen aan de winst, dan zal je meer winst maken dan als dat niet het geval is.

In een reeks van artikelen maak je kennis met de 7 basisprincipe voor forse omzetgroei. In dit artikel aandacht voor basisprincipe 2: Focus op de Top 20% doelgroep.

Een voor de hand liggende stelling, maar de realiteit bewijst dat het anders uitpakt. Even wat feiten:

1. Voor een gemiddeld bedrijf geldt dat **30% van een klantenbestand structureel verliesgevend** is. Dit is geen stelling, maar feit voortkomend uit Europees onderzoek (MSP Associates/EU ESPRIT-programma).
2. Voor een gemiddeld bedrijf geldt dat de helft van het klantenbestand maar voor 5% van de omzet zorgt! Anders geformuleerd: de 50% kleinste klanten genereren 5% van de omzet.
3. 20% van de grootste klanten is verantwoordelijk voor 80% van de omzet.

Conclusie: De meeste klanten van een bedrijf dragen niet of nauwelijks bij aan de omzet en/of winst of zijn zelfs structureel verliesgevend ...

Deze 3 feiten zijn het *resultaat* van de manier waarop bedrijven nieuwe klanten werven.

Richt je dus meer op het binnenhalen van Top 20% klanten, dan zal zowel de omzet als de winst omhoog schieten. Een veel gehoord tegenargument is 'Iedere klant is welkom'. Maar dat is niet zo. Iedere klant moet namelijk bediend worden en kost dus tijd en geld. Het gevolg is dat verkopers zo druk zijn met het binnenhalen van niet interessante klanten, dat ze niet toekomen aan de toppers!

Graag geef ik een paar tips om te focussen op de Top 20% klanten en doelgroep

1. Ga na of het 5/50 principe ook voor jouw bedrijf opgaat. Sorteert de klanten van 2006 op omzetgrootte en of de percentage opgaan binnen jullie bedrijf. 10 tegen 1 dat het klopt!
2. Bereken in samenwerking met de boekhouding de winstgevendheid van je klanten. Zo heeft Search & Results met KPMG een analyse ontwikkeld waarmee via de jaarrekeningen en het klantenbestand de winstgevendheid van klanten vastgesteld wordt. Dit inzicht kan een *ommekeer* binnen je bedrijf teweeg brengen!
3. Bepaal samen met je verkopers aan welke kenmerken de gemiddelde ideale klant voldoet. Hoeveel omzet doen ze bij je *of zouden ze kunnen doen*? Welke producten nemen ze af? Wat voor een soort bedrijf is het (grootte, branche).... Maakt dit type klant onderdeel van de cultuur van je bedrijf. *'Dat zijn de klanten waar we ons op richten!'*
4. Laat door middel van een Top 20% doelgroepanalyse een lijst samenstellen van bedrijven die behoren tot de meest winstgevend prospects binnen je doelgroep. Deze lijst zal je goud opleveren! Dit moet gebeuren door een specialist. De betere klanten van je bedrijf worden daarbij afgezet tegen de BV Nederland, met als doel een lijst van adressen te creëren van bedrijven die nog geen klant zijn, maar kunnen uitgroeien tot een Top 20% klant.

Samenvatting: De winstgevendheid van je bedrijf wordt bepaald door de samenstelling van je klantenbestand. Richt je daarom op het beheren en binnenhalen van Top 20% klanten. De omzet en winst zal daardoor sterk toenemen. Het is een kenmerk van succesvolle bedrijven en een van de belangrijkste principes om forse omzetgroei te realiseren!

Volgende keer komt basisprincipe 3 voor forse omzetgroei aan bod. Heb je vragen of opmerkingen, mail me dan: hagelen@searchresults.nl

André Hagelen (Search & Results)