

Übungsklausuraufgaben "Vertriebs-Controlling"

1. Aufgabe

Wodurch unterscheidet sich Controlling von Kontrolle?

2. Aufgabe

Ein Unternehmen hat für 1998 den Verkauf von 5000 Einheiten eines Produktes zum Stückpreis von je DM 480,00 geplant.

Am Ende des Jahres 1998 muß der Verkaufsleiter feststellen, daß nur 4300 Einheiten zu einem Stückpreis von DM 435,00 verkauft werden konnten.

Wie hoch ist der Anteil der Preisabweichung, wie hoch der Anteil der Mengenabweichung in %?

3. Aufgabe

Nennen Sie mögliche Gründe für diese Abweichungen

4. Aufgabe

Der Marktanteil eines mittleren Unternehmens in einem sehr dynamischen Markt liegt nun schon im dritten Jahr konstant bei 25 %. Der Inhaber schließt daraus, daß seine Marktposition gegenüber seinen Konkurrenten unverändert stabil geblieben ist. Hat er damit recht?

5. Aufgabe

Ein Großhändler von alkoholfreien Getränken vertreibt sein Sortiment über 3 verschiedene Absatzwege: Er beliefert den Lebensmitteleinzelhandel, Getränke-einzelhändler und Gaststätten.

Eine Analyse der Vertriebskosten hat ergeben, daß der Absatz über Gaststätten der teuerste ist, Wie kann der Großhand/er auf dieses Ergebnis reagieren?

6. Aufgabe

Welche Aussagekraft hat die Kennzahl "Anzahl der Kundenbesuche pro Verkäufer und Tag" für die Beurteilung der Effizienz einer Verkaufsorganisation?

7. Aufgabe

Ein Marketing-Audit soll umfassend, systematisch, nicht weisungsgebunden und regelmäßig sein.

Wie sind diese Eigenschaften konkret ausgestellt und was ist der Zweck dieser Eigenschaften?

8. Aufgabe

Welche möglichen ethischen Probleme stecken hinter folgenden Begriffen:

- a. Mogelpreise
 - b. Verbundhandel
 - c. Markteintrittsbarrieren
-