



Unicorn Sales Development in 2018

Issues and Root Cause Analysis

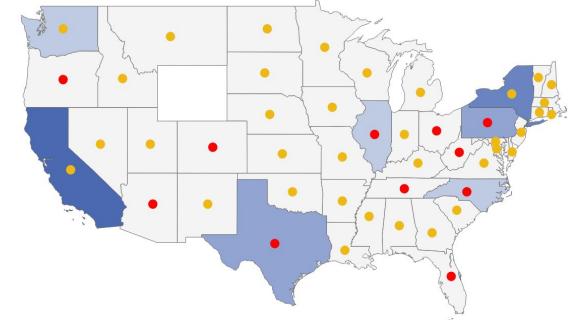
Aktuelle Situation - Zeitverlauf

- 2015 - 2017 leicht steigender Umsatz und Gewinn
- 2018 deutlicher Anstieg von Absatz und Umsatz **+ 26%**, ABER: Gewinneinbruch **- 6%** mit \$ 77 k
- Saisonales Geschäft: Höchster Umsatz und Gewinn generell im Dezember jeden Jahres
- HJ 2 2018 nochmals deutlicher **Umsatzsprung** von **+ 18%**, allerdings **Gewinneinbruch - 145%**



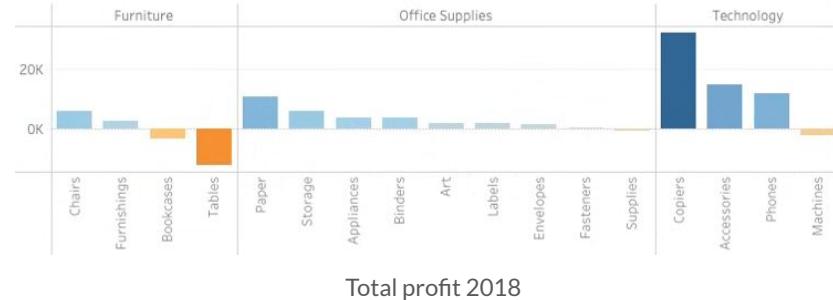
Aktuelle Situation - Geografische Entwicklung

- Nur wenige erfolgreiche Staaten: Kalifornien und New York mit steigendem **Profit von > 20% (YoY)**, ca. **\$ 75 k 2018** und steigendem Umsatz nur in New York.
- Der Umsatz und Profit wird nur in wenigen großen Städten wie z.B. **New York City (#1), Los Angeles (#2)** getätigt.
- New York City **50 %** mehr Profit als Los Angeles
- Schwaches Mittelfeld: diverse Staaten mit unbedeutendem Umsatz < \$ 5k pro Jahr (graue Staaten in Karte), teils mit Verlusten
- Verluststaaten: z.B. Bundesstaat Texas über alle Jahre 2018 Umsatz **+ \$ 55 k**, Total Profit **- \$ 12 k**



Aktuelle Situation - Produkte und Kunden

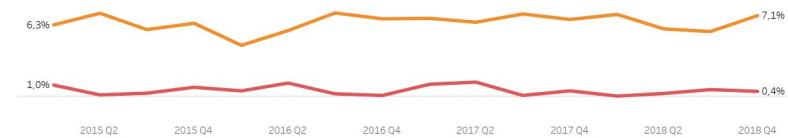
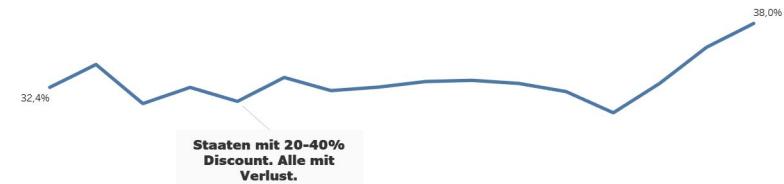
- **Technologie** ist der **Profittreiber** (73% Anteil) mit Wachstum **2018 um +22% (YoY)**
- **Furniture** bringt **Verluste -10%** trotz hohem Umsatz (#Rank 2). Ursache: **Bookcases** und **Tables (2018 Profit - 83%)**. Tables sorgt für Verlusten in jedem Jahr seit 2015
- “Überflieger” **Copiers** mit **+335% (YoY) Umsatz** und **+539% (YoY) Profit** in 2018
- **Umsatz und Profit** wird über alle Jahre in dem Segment **Consumer + 20% (YoY) in 2018 zu Corporate** erwirtschaftet
- Der Umsatz und Profit ist im Bereich **Corporate** und **Home Office** in 2018 gewachsen und Profit mehr gestiegen.



Problemfaktor Preispolitik

- Trotz steigender Umsätze und Erschließung neuer Staaten (komplette US Markt) seit 2015 ist der **Profit Ende 2018 eingebrochen**
- **Hypothese:** Wir verkaufen unter unseren Kosten
- **Ursachen: Zu hohe Discounts....**
 - in diversen Staaten mit bis zu **40%**
 - **in Aktionen Ende des Jahres**
 - in Kategorien wie Furniture
- **Effekt:** Anstieg Ende 2018 **15%** auf **20%** über alle Bundesstaaten und Bundesstaaten mit > **30% bis 50%**

Entwicklung Discount nach Bundesstaaten (geclustert)



Handlungsempfehlung

1. **Preispolitik:** Selektives Zurückfahren von Rabatten in Staaten mit überdurchschnittlichen Discount
2. **Produktpolitik:** Fokus auf Technologie, evtl. Abstoßen von Kategorie Furniture
3. **Vertriebspolitik:** Fokussieren auf gute Staaten
 - a. **Abstoßen des Mittelfelds** (Vorschlag gemäß Grafik)
 - b. **Detailanalyse** Umsatzstarker aber Profit-negativer Staaten wie Texas, Pennsylvania (z.B. Wettbewerbs-situation, Kaufkraft, Ursache hohe Discounts, Conversion Rate, Marketing)
4. **Marketing:** Fokussieren auf margen-starke Zielgruppen Corporate und Home-Office

