

SALES EXCELLENCE

Welche vertrieblichen Erfolgsfaktoren müssen für die Zielerreichung optimiert werden?
Das integrierte Programm liefert Ihnen passgenaue Lösungen dafür.

DESHALB BRAUCHEN SIE SALES EXCELLENCE

PROFITABLER SEIN

Hoher Umsatz, schmaler Gewinn? Das geht besser. Mit Sales Excellence erreichen Sie nicht nur Ihre Umsatzziele schneller und effektiver. Sie stärken auch Ihre Ertragskraft. Hierfür gibt es zahlreiche Stellschrauben wie z.B.

- optimiertes Pricing,
- verbesserte Sortimentsstruktur,
- neue Leistungspakete, die zum Kundenverhalten passen.

KUNDEN GEWINNEN UND ENTWICKELN

Neue Kunden gewinnen, bestehende Kundenbeziehungen ausbauen – eigentlich das täglich Brot eines jeden Vertrieblers. Doch so leicht ist das Kerngeschäft gar nicht. Wer seine vertrieblichen Kompetenzen stärkt, wird seine Erfolgsquote deutlich steigern können. Ein Gewinn für das Unternehmen und die Vertriebskraft selbst. Zu den wesentlichen Verkaufskompetenzen gehört es beispielsweise,

- den Erstkontakt auf sympathische Weise herzustellen,
- persönliche Beziehungen aufbauen und zu pflegen,
- den tatsächlichen Bedarf des Kunden zu erkennen.

VERTRIEBSPRODUKTIVITÄT STEIGERN

Wie produktiv ist Ihr Vertrieb? Auch hier gibt es immer Luft nach oben. Zu den maßgeblichen Produktivitätsfaktoren gehören:

- Verkürzte Sales Time – je besser Ihre Organisationsstruktur, desto schneller wird verkauft.
- Optimierte Aufgabenverteilung – wer spricht welchen Kunden am effektivsten an?
- Ideale Sortimentsaufteilung – was verkauft der Innendienst am besten, bei welchem Produkt oder welcher Dienstleistung ist der Außendienst am sinnvollsten eingesetzt?

NEU MÄRKTE EROBERN

Ein exzellenter Vertrieb gibt sich nicht damit zufrieden, wenn sich ein Produkt oder eine Dienstleistung bei einer Kundengruppe etabliert hat. Spätestens dann ist es Zeit, neue Märkte zu erobern. Mit Sales Excellence

- sprechen Sie neue Regionen an – egal ob innerhalb Deutschlands, Europas oder sogar weltweit,
- bieten Sie neue Produkte an, um zusätzliche Zielgruppen zu erschließen,
- betreiben Sie Cross Selling – schließlich vertrauen Ihnen Ihre Kunden bereits und können sicher auch in weiteren Feldern Ihre Unterstützung gebrauchen.

HIERBEI UNTERSTÜTZEN WIR SIE

KUNDENORIENTIERUNG

Der Kunde steht im Mittelpunkt. Dieses Credo muss sich in Ihrer gesamten Vertriebsstrategie widerspiegeln. Deshalb ist Kundenorientierung unser oberstes Gebot, wenn wir gemeinsam mit Ihnen Ihre Strategie im Detail ausdifferenzieren.

- Wer sind die passenden Zielgruppen und welche ihrer Bedürfnisse befriedigen die Produkte und Leistungen Ihres Unternehmens? Was genau erwarten die Kunden?
- Auf welchen Vertriebswegen (wie z.B. Franchise, Online, Partner) erreichen Sie Ihre Kunden am wirkungsvollsten und effizientesten?
- Wie ist der Wettbewerb aufgestellt? Wo stehen Sie im Wettbewerbsfeld?

Erst wenn diese und weitere Fragen klar beantwortet sind, legen wir die weiteren strategischen Parameter fest. Dazu gehören neben einer effektiven Vertriebsstruktur auch die zielführende Kommunikation sowie die Kompetenzprofile der Vertriebskräfte.

KUNDENMANAGEMENT

Jede Phase des Kunden-Lebenszyklus erfordert Ihre Professionalität – von der Neukundengewinnung über die Kundenbindung bis zur Rückgewinnung. Doch wie gestalten Sie den Umgang mit Ihren Kunden? Hier müssen Mensch und Unternehmen routiniert und perfekt aufeinander abgestimmt zusammenspielen. Wir unterstützen Sie dabei, dass alle Abteilungen an einem Strang ziehen und so die gewünschten Ergebnisse im Kundenmanagement erzielen. In Absprache mit Ihnen definieren wir Vertriebsziele und Kernprozesse. Daraus leiten wir ab, welche Aktivitäten, Instrumente und Inhalte zielführend sind und zum Einsatz kommen. Abgestimmte Kompetenzprofile führen außerdem zu persönlicher Exzellenz in den individuellen Kundenbeziehungen (CRM).

VERTRIEBSSTEUERUNG

Im Bereich der Vertriebssteuerung stimmen wir die verschiedenen Faktoren aufeinander ab, die Ihre Vertriebsleistung und -produktivität beeinflussen. Dazu gehört z.B.

- Sales Funnel Volumina: Wie gestalten Sie den Akquisitionsprozess so, dass im Verlauf möglichst viele Leads zu Interessenten und dann zu langfristigen Kunden werden? Wir identifizieren die Punkte, an denen bisher viele Interessenten ausgestiegen sind, und finden bessere Wege.
- Incentivierung: Wo liegt das richtige Verhältnis von variabler und fixer Vergütung? Hier gilt es, die Balance zwischen Motivation der Vertriebsmitarbeiter und Kundenzufriedenheit zu halten.
- Kundenwertigkeit: Wann ist ein Kunde besonders wertvoll für Ihr Unternehmen? Wir finden gemeinsam mit Ihnen die richtigen und messbaren Kriterien.
- Im gesamten Prozess konzentrieren wir uns auf die Stellhebel, die für Ihr Unternehmen am einflussreichsten sind. Gleichzeitig achten wir darauf, dass sich keine Faktoren widersprechen. Last, but not least rückt der Mensch in den Fokus: Wir wählen gemeinsam mit Ihnen kompetente Mitarbeiter für die einzelnen Aufgaben aus und entwickeln sie gezielt weiter.

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Großkunden verdienen große Aufmerksamkeit. Deshalb ist es entscheidend, das Key Account Management konzeptionell und organisatorisch hervorragend aufzustellen. Nur so können Sie den Markt erobern, das „Große“ gewinnen. Damit Sie exzellent strategisch verkaufen, entwickeln wir für Sie ein eigenständiges Konzept für Ihr Key Account Management (KAM) – von der Strategie, über die Produkte und Prozesse bis zur Kommunikation und zum Controlling. Dieses binden wir schlüssig in Ihre Gesamtorganisation ein. Doch auch den handelnden Menschen kommt im KAM eine tragende Rolle zu. Daher vermitteln wir Ihren Key Account Managern die Kompetenzen, die ihre Vertriebsarbeit noch erfolgreicher machen. So richten wir Ihre Performance bestmöglich auf den Markt und die Kunden aus.