

Auf dem Weg zu den besten Verkaufsprozessen

Die entscheidenden Fragen für eine vertriebliche
Standortbestimmung

Michael Wentzke
www.lintea.de

Die richtigen Kunden finden

schwächer **stärker**

1. Die Interessenten, mit denen wir uns beschäftigen, führen uns nicht zur Zielerfüllung

Attraktive Kunden finden

1 2 3 4

Unsere Fähigkeit, gute Kunden zu finden, wächst kontinuierlich

2. Unseren Interessenten ist nicht klar, warum sie uns berücksichtigen sollten

Kundeninteresse wecken

1 2 3 4

Unsere frühzeitige und hilfreiche Beratung macht uns attraktiv

3. Unsere Vertriebsmannschaft schafft sich ihre eigenen Werkzeuge

Vertriebstools einsetzen

1 2 3 4

Es werden laufend nützliche Tools für den Vertrieb geschaffen

Kunden gewinnen

schwächer

stärker

4. Unsere Verkaufsgespräche enden oft mit „keine Entscheidung“

Bei Kaufentscheidung helfen

1 2 3 4

Kunden erkennen den Wert und kaufen gern

5. Es ist schwer, Entscheider von unserem Nutzen zu überzeugen

Entscheider erreichen

1 2 3 4

Wir erreichen den Entscheider und er erkennt den Nutzen

6. Jeder Verkäufer hat seine eigene Priorisierung von Kunden

Richtige Priorisierung

1 2 3 4

Verkäufer nutzen Daten zur Bewertung ihrer Kunden

7. Wir können nur schwer vorhersagen, wer kauft und wer nicht.

Trefferqualität der Prognose

1 2 3 4

Unsere Absatzprognose stimmt zu mehr als 90 %

Kunden binden

	schwächer		stärker	
8. Nach dem Abschluss verlieren Verkäufer Zeit mit frustrierten Kunden		Kundenerwartungen geklärt?		Nach dem Abschluss werden die Kundenerwartungen beachtet
	1	2	3	4
9. Es gibt keine Analyse der Zufriedenheit mit Produkten und Services		Leistungsversprechen erfüllt?		Wir verfolgen die Kundenwünsche und verbessern uns weiter
	1	2	3	4
10. Nach dem Abschluss gelingt es nur schwer, Referenzen zu gewinnen		Qualität der Kundenbeziehung		Nach dem Abschluss gewinnen wir Referenzen und intensivieren die Kundenbeziehung
	1	2	3	4

Vertriebssteuerung

	schwächer		stärker	
11. Es bleibt verborgen, was Verkäufer erfolgreich macht		Probleme erkennen		Zahlen und Diagramme weisen auf Vertriebsprobleme hin
	1	2	3	4
12. Unsere Vertriebsaktivitäten folgen dem Motto „jeder muss verkaufen“		Vertriebsprozesse		Der Kunde erlebt die Schnittstellen zu ihm als lückenlos abgestimmt
	1	2	3	4
13. Die Firma interessiert nur, dass die Ziele erreicht werden, nicht wie		valide Vertriebsdaten		Die Firma lernt aus ihren Fehlern, sodass jeder einen besseren Job machen kann
	1	2	3	4
14. Es sieht so aus, als müssten wir jedes Jahr härter arbeiten		Wachsender Absatz		Wir suchen ständig nach neuen und smarten Wegen zum Kunden
	1	2	3	4

Qualität der Zusammenarbeit an der Kundenschnittstelle

	schwächer		stärker	
15. Nach einmaligem Verkaufstraining wird der Vertrieb ins kalte Wasser geworfen		permanentes Training		Der Vertrieb lernt, effizient in einem Team zu arbeiten
	1	2	3	4
16. Zwischen Vertrieb, Marketing und Service gibt es viele Konflikte		interne Abstimmung		Jede Abteilung richtet sich nach den Kundenbedürfnissen aus
	1	2	3	4
17. Der Vertriebserfolg fällt so schwer, weil der Job so kompliziert ist		Fokus auf den Kunden		Viele Mitarbeiter streben eine Position im Vertrieb an
	1	2	3	4



Ihr Weg zu attraktiven Kunden mit starker Kundenbindung

Es werden nur potenzialstarke Kunden akquiriert

Jeder kennt die Kundenerwartungen

Jede Abteilung arbeitet an ihrem Beitrag zur
Kundenzufriedenheit

Absatz, Umsatz und vor allen Dingen der Ertrag wachsen

Lintea Unternehmensberatung
Dipl.-Ing. Michael Wentzke
Rootsoll 32 22397 Hamburg
Email: michael.wentzke@lintea.de
Telefon: 040 60847746 www.lintea.de