

Vertriebs-Effizienz

im Aussendienst (AD), Innendienst (ID), Kundendienst (KD)

Effizienz-ZIELE	Effizienz-MASSNAHMEN	AD	ID	KD
<p>Costs of Sales optimieren</p> <p>Angebots-Hitrates steigern</p> <p>Ø Umsatz bzw. DB steigern pro Besuch / pro Spesen-km pro Kunde / pro Vertriebsmitarbeiter ...</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beuteraster „lukrative/attraktive Kunden“ erstellen – Kundenklassifizierung nach Potenzial & Chance – Zielkunden benennen und proaktiv bearbeiten ▪ Massnahmenpläne für die Kundenklassen generell und für Zielkunden speziell erstellen <ul style="list-style-type: none"> * Arbeitsteilung AD / ID / KD * Kontaktfrequenzen und Routenplanung * Effiziente Kontakte: Besuch / Telefon / Videotelefonat / Veranstaltungen... ▪ Prozesse der Akquisition, der Angebotsphase, des Abschlusses, der Auftragsabwicklung, der Aftersales-Phase planvoller und effizienter gestalten und mit Effizienz fördernde Tools unterstützen ▪ ... 	<p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p>
<p>Verkaufs-Prozesse optimieren</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Akquise-Prozess effizienter gestalten: <ul style="list-style-type: none"> * Adressen-Beschaffung / -Selektion /-Aufbereitung = Potenziale? Chancen? Buying-Center? Entscheidungsprozesse des Kunden? * Individualisierbare Standard-Briefe * Zielführende Gesprächs- / Präsentations-Konzepte * Cross-Selling, institutionalisiert in Broschüren, Präsentationen, Angebotstexten * Neue Anwendungen / Verkaufsmöglichkeiten ? ▪ Angebots-Prozess optimieren: <ul style="list-style-type: none"> * Anfragen qualifizieren / Hitrates verbessern -> Preisinformation oder Verkaufs-Angebot? * Verkaufsfördernde Angebote erstellen * Systematisch und professionell nachfassen ▪ Verkaufs-Abschluss effizienter gestalten: <ul style="list-style-type: none"> * weniger Nachlass / bessere Preise * Abruf-Aufträge, Rahmenverträge -> weniger Besuche * Vollständige, eindeutige Vertragsvereinbarungen ▪ Kundenbindung optimieren <ul style="list-style-type: none"> * Kundenzufriedenheit und Kundendurchdringung durch Service * BuyingCenter mit SellingCenter systematisch verknüpfen ▪ ... 	<p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p>
<p>Service-Prozesse verkäuferisch optimieren</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Service-Verträge für planbare Serviceeinsätze ▪ Nachverkauf bei Auslieferung / Inbetriebnahme ▪ Zubehör, Ersatzteile, Schulungen, Optimierungsberatungen und andere Dienstleistungen proaktiv verkaufen ▪ ... 	<p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p>