

## Wir machen **Ihren Vertrieb stark**



## Ein Vertriebscheck™ für Unternehmen oder Vertriebsabteilungen

Guten Tag ...,

der Vertriebscheck™ hat als Zielsetzung Stärken und Schwächen einer Vertriebsorganisation zu ermitteln. Dazu werden die internen Vertriebsprozesse, die Argumentationslinien, Präsentationen, Materialien, Preislisten, Adressen und Nachfassaktivitäten einer Beurteilung unterzogen. Ein Schwerpunkt der Analyse ist die berühmte Frage von Peter Drucker\*: "What business are we really in?" Im Fokus steht dabei steht die Psychologie der Kaufentscheidung und wie der Auftraggeber damit umgeht.

Außerdem wird das eingesetzte CRM System und die Kundencluster angesehen, um Fragen zu Zielgruppen und Prozessabläufen zu beurteilen. Ein ausführliches Gespräch mit Vertriebsmitarbeitern versteht sich von selbst.

Das Ergebnis wird eine Stärken-Schwächen-Analyse sein, die kurzfristig und einfach umzusetzende

- mittelfristige und umfangreichere sowie
- langfristige oder aufwändige

Maßnahmen benennt.

Die Ergebnisse des Vertriebscheck™ werden in einem ausführlichen Gespräch erörtert und im Nachgang schriftlich zusammengefasst zur Verfügung gestellt.

## Hintergrund

Die Erfahrung zeigt, dass Betriebsblindheit eine Schwäche von Vertriebsorganisationen ist. Der Satz "Damit sind wir erfolgreich.", hat sicher seine Berechtigung, allerdings leben wir in Zeiten ungeheuer dynamischer Märkte. Das was gestern erfolgreich war, ist heute längst veraltet. Vor zehn Jahren war die Videothek ein Erfolgsmodell, während sie heute aussterben und pleite gehen. Dabei war die Entwicklung (vergleichsweise) leicht vorhersehbar. Das Video aus dem Internet ist heute komfortabler und beguemer. Immer mehr Verbraucher wählen den Weg des Download oder Streamings, auch wenn der Preis deutlich höher ist! Kaum eine der Videotheken hat ein Geschäftsmodell für die Zukunft entwickelt. So sterben sie aus (z.B. Blockbuster) Als anderes Beispiel kann Mediamarkt/Saturn gelten. Abgesehen von der selbstmörderischen "Geiz ist geil Kampagne" haben sie den Vertriebskanal Internet völlig verschlafen. Dies ist einer der Gründe weswegen Herr Cordes nun vom Vorsitz der Metro zurücktreten musste.

**Deswegen steht im Mittelpunkt des Vertriebscheck™, hier beispielhaft die Peter Drucker** Frage: Verkauft Porsche eigentlich Autos?

Viele neigen dazu diese Frage spontan mit "Nein" zu beantworten, aber Vorsicht! Natürlich verkauft Porsche ein Auto, denn ein Porsche hat alle Kennzeichen eines Auto: Vier Räder, Motor, Kupplung, Getriebe, usw. Außerdem hat auch ein Porsche die grundsätzliche Funktion eines Autos nämlich, sich und andere Personen halbwegs sicher, halbwegs komfortabel von A nach B zu bewegen. Für ein Neuwagen, der alle oben genannten Funktionen erfüllt, muss man ca. 20.000 € ausgeben. Ein Porsche 911 kostet aber ca. 100.000 €. Der Porsche Käufer zahlt also 20.000 € für ein Auto.

FRAGE: Wofür bezahlt er die restlichen 80.000 €?

Nur wer diese Frage in seinem Geschäftsfeld richtig beantworten kann, ist in der Lage seinen Vertrieb richtig auszurichten. Die Verkaufspsychologie spielt auch im Business to Businessbereich eine maßgebliche Rolle, dies wird zunehmend auch von den modernen Wirtschaftswissenschaften anerkannt.

» Bitte beantworten Sie diese Frage und schicken Sie uns Ihre originelle und begrün-

dete Antwort. Unter allen Einsendern mit einer begründeten Antwort werden drei Flaschen Champagner verlost. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die besten Antworten werden im nächsten Newsletter veröffentlicht.

genommen. Unser Berater Peter Kleimeier hat 15 Jahre für mittelständische Unternehmen im Vertrieb gearbeitet. Seit 10 Jahren ist er als Vertriebsberater selbständig und arbeitet für renommierte deut-

Neben diesem Thema werden natürlich auch "Hard Facts", wie Produkte, Produktumsätze, Produktergebnisse, Zielgruppen, Kundendokumentation, CRMS und Vertriebskanäle unter die Lupe

sche Unternehmen. Er verfügt über umfassende Managementkenntnisse und hat eine langjährige psychologische Ausbildung hinter sich. So vereint er die Welt der Hard facts mit der Welt der Soft facts auf fast einmalige Weise. Der Umfang der Leistung ist ein Anwesenheitstag des Beraters vor Ort und eine schriftliche Auswertung im Nachgang. Für Vorabinformationen zum Vertriebscheck™ stehen wir Ihnen jederzeit

**VORANKÜNDIGUNGEN** Ausgewählte Angebote:

\*Peter Drucker (1909 – 2005) – bedeutender amerikanischer Managementforscher

## 12. / 13.12.2011 in Berlin (Trainer: Peter Kleimeier) Schwierige Kundengespräche Schwierige Kundensituationen kennt jeder Unternehmer und jeder der im Vertrieb tätig ist. Ein

» Kundengespräche

gerne telefonisch zur Verfügung.

Kunde will einen niedrigeren Preis haben, droht einen anderen Lieferanten oder Dienstleister zu beauftragen oder ist unzufrieden mit der Leistung des Unternehmens. Der Gesprächspartner gerät in die Defensive und beginnt zu argumentieren und sich zu verteidigen. mehr...

» Verkaufspsychologie 29. / 30.03.2012 in Berlin (Trainer: Peter Kleimeier) Die Bedeutung der Emotionen bei der Kaufentscheidung Viele Verkäufer und Vertriebler nehmen an, dass der Käufer nur am niedrigsten Preis interessiert

ist, also dass der Preis das entscheidende Verkaufsargument ist. Diese Annahme ist in doppelter

Hinsicht falsch. Einerseits entscheidet die Motivation des Kaufes über die Preissensibilität, ander-

erseits hat der Preis in verschiedenen Phasen des Verkaufsprozesses eine jeweils andere Bedeutung. mehr...

Wir freuen uns auf Ihren Besuch www.tsberlin.de **Downloads:** Ansichten 2012 als PDF (1,5 MB) **Trainingsprogramm 2012 als PDF** (3,8 MB)

ChangeManagerAusbildung 2012 als PDF (582 KB)

Kaiserdamm

Ina Jachmann

TrainerSocietät Berlin Johann-Georg-Straße 6

Ihre

Mit freundlichen Grüßen

10709 Berlin Telefon 030 / 39 88 56 18 E-Mail: i.jachmann@tsberlin.de www.tsberlin.de Hier finden Sie uns

U



Charlottenburg

Karte

Sat

Kartendaten @2011 Tele Atlas, Nutzungsbedingungen

Gelände Earth