

Winnetou-Kurzanalyse für Ihren Verkaufsbereich

Wie schätzen Sie momentan Ihre Lage in folgenden Bereichen ein?
(Vergeben Sie bitte Schulnoten von 1 - 6 und tragen Sie diese in das Kästchen ein)

1. Unsere Mitarbeiter mit Kundenkontakt werden regelmäßig und systematisch in Sachen „Gesprächsführung im Verkauf“ trainiert.

Note 1 - 6

a) im Innendienst:

b) im Außendienst:

2. Die Zeit unserer Verkaufsmitarbeiter wird effizient eingesetzt, da jeder Verkaufsmitarbeiter die Chancenpotentiale seiner einzelnen Interessenten und Kunden gezielt erfragt, regelmäßig analysiert und seine Verkaufskontakte so plant, dass die Interessenten und Kunden mit hohem Chancenpotential öfters kontaktiert werden als jene mit niedrigem Chancenpotential.

3. Unseren Verkaufsmitarbeitern ist voll bewusst, welches unsere ertragreichsten Produkte und Zielgruppen sind.

4. Unsere Mitarbeiter im Verkauf antworten mit mindestens drei Alleinstellungsmerkmalen auf den Kundeneinwand „Das ist mir zu teuer“.

5. Unsere Verkaufsmitarbeiter beherrschen die wichtigsten Methoden, um Interessenten neugierig zu machen, den Gesprächspartner durch offene Fragen zu „öffnen“ und Auftragsabschlüsse gekonnt einzuleiten und durchzuführen.

6. Bei uns wird ein Interessent mit gutem Chancenpotential auch, wenn er beim ersten Kontakt wenig oder kein Interesse zeigt, danach mindestens noch zweimal kontaktiert.

7. Bei uns ist sichergestellt, dass bei jedem unserer Angebote (evtl. erst ab einer bestimmten Auftragssumme) nach spätestens 3 Tagen telefonisch oder persönlich nachgefragt wird.

8. Bei wichtigen Angebotsanfragen führen unsere Verkäufer vor Angebotserstellung ein intensives Gespräch über die Angebotswünsche des Interessenten

Winnetou-Kurzanalyse

Note 1 - 6

9. Wir sind darüber informiert wie viele Kontakte mit Kaltinteressenten, Käufern bzw. Stammkunden ein Verkäufer pro Monat durchführt.
10. Unsere Verkaufsmitarbeiter kennen die Anzahl Ihrer Kaltinteressenten mit hohem Chancenpotential.
11. Wir haben ein klares Konzept für verkaufsunterstützende Interessentengewinnung per Direktmarketing.
12. Wir haben uns gezielt „Multiplikatoren“ aufgebaut, die uns regelmäßig melden, wenn ein Interessent Bedarf hat.
13. Unsere Verkäufer sprechen unsere bestehenden Kunden aktiv auf Empfehlungs-Adressen an.
14. Wir haben ein klares Konzept zur Pflege unseres Stammkunden.
15. Mit unseren Stammkunden haben wir besondere Anreiz-Systeme vereinbart, um sie an uns zu binden und das Auftragsvolumen weiter auszubauen.
16. Wir haben ein klares Konzept zur Verkaufs- und Werbeunterstützung unserer Kunden.
17. Wir haben gemeinsam mit allen Mitarbeitern, die bei uns im Kundenkontakt stehen, eine „Verkaufs-Vision“ erarbeitet, d.h. es wurde klar definiert, was, an wen und wie wir verkaufen möchten.
18. Unsere Verkäufer haben ein hohes Angebots-Wertbewußtsein. D.h. sie sind 100%-ig vom besonderen Nutzen unserer Angebote überzeugt und können dies auch gegenüber unseren Kunden klar demonstrieren.
19. Unsere Verkäufer arbeiten ertragsabhängig, d.h. ihr Einkommen ist am Deckungsbeitrag orientiert und nach „oben“ offen.