

Zweite Disziplin: Painpoints, zwingende Ereignisse und Projekte

Sie finanzieren den Wandel zum neuen Geschäft mit dem Profit des Bestands. Die Organisation braucht eine gewisse Janusköpfigkeit um das zu bewältigen. Die vertrieblichen Verfahren zum Kunden und in die Organisation erhalten eine neue Dimension. „Alt“ mit „Neu“ ist die Devise.

Erfolgreiche Führungskräfte überwachen regelmäßig, wie bevorstehende Aufgaben in ihrer Organisation ausgeführt werden. Die grundlegenden Verfahren sollten kundenorientiert sein und stehen regelmäßig auf dem Prüfstand. Die Ergebnisse tragen dazu bei, Rollen anzupassen oder Verantwortlichkeiten neu zu definieren und somit Effektivität und Effizienz zu steigern. Auf vier Ebenen, dem Markt, den Territorien, den Kunden und den Geschäftsmöglichkeiten ergibt sich der Teamgeist der permanenten Erneuerung, die selbstlernende Organisation.

Sie beschreiben mit uns exzellente Bedingungen mit klar definierten und vereinbarten Vorgehensweisen, attraktiv entwickelte Marktstrategien. Ihr Nutzen: Neue Strukturen und Rahmenbedingungen sorgen für unaufgeregte Unterstützung in der täglichen Vertriebsarbeit ziehen Professionals vom Markt an.

FUNNEL-COACHING / KUNDENSTRUKTUR- UND SELEKTIONS-COACHING

- Fokus und Priorisierung
- Nutzen aus „Big data“ ziehen
- Vertriebstrichter als Cockpit und Lernmedium versehen und nutzen

PIPELINE-COACHING

- „agile“ Pipeline zur Leadgenerierung nutzen
- Stärken im Vertriebsprozess erkennen
- Zuverlässige Kundenzusagen durch internal Sell

ELEVATORPITCH-COACHING

- Pitchesituationen
- Regeln und ihre Anwendung
- Pitchcoaching im Team