

Vierte Disziplin: Positionierung

Das durchschnittliche Alter eines Unternehmens im Top-500-Index von Standard & Poor's ist von einundsechzig im Jahr 1957 auf heute achtzehn Jahre gesunken. Nach McKinsey ist einer der vier Megatrends in Organisationen, schnell zu lernen, statt lange zu planen. Die zunehmende Anzahl an Vertriebsmodellen kann man als Ergebnis dieses Marktwandels verstehen. Nachhaltigkeit braucht inhaltliche Erneuerung!

Erfolgreiche Verkaufsteams und ihre Führungskräfte denken unentwegt an ihr Potential: Wie sehen die wirtschaftlichen Grundlagen über das Team hinaus aus? Alle Aktivitäten sollten nutzenorientiert sein: Wert für den Kunden, Wert für das Unternehmen, Wert für das Team und Verantwortung jedes Einzelnen. Der Erfolg des Verkaufsteams hängt von diesen Wertaspekten ab: Kunde – Unternehmen – Gemeinschaft. Da sich Werte und Nutzen regelmäßig ändern, ist eine regelmäßige Diskussion unerlässlich.

Sie lernen mit uns den Baukasten aller nötigen Mechanismen zur optimalen Marktbearbeitung bedienen: Kollaboration nach intern wie extern. Ihr Nutzen: Situationsadäquate Methodensätze.

EVALUIERUNG SALESMETHODEN

- Vertriebsmodelle
- Vertriebsmethoden
- Zusammenspiel des Vertriebsprozesses mit den gewählten Methoden

OPPORTUNITYAUFSTELLUNG, – VISUALISIERUNG

- Stellvertreter
- Fragetechniken
- Umsetzen der Analyse aus der Visualisierung

OPPORTUNITY-COACHING

- Vertriebsmodell als Grundlage des Opportunitymanagements
- Opportunity im Vertriebszyklus
- Opportunity Check anwenden

WAHRSCHEINLICHKEITSBEWERTUNG

- Instrumente im Forecastprozess
- Regeln für einen qualitativen Forecast
- Forecastgenauigkeit für Ressourcenbedarf
- Qualität der Bewertungskriterien
- Prognoseprozess und –kriterien ermitteln und optimieren

REFERENZMANAGEMENT/ NETZWERKCOACHING

- Regeln des Netzwerkes im Unternehmen
- Nutzen von sozialen Netzwerken
- Zufall vs. Planung: Netzwerken als professionelles Werkzeug des Geschäfts