

Systematik, Methoden & Philosophie

Ergebnisorientierte Methodik

VERTRIEBSEXZELLENZ: UNSERE SYSTEMTIK, METHODEN & PHILOSOPHIE

1. Es gibt keine bisher unentdeckten Geheimnisse mehr, wie man den Verkauf steigern kann. Alles, was man über erfolgreichen Vertrieb wissen muss, wurde schon oft genug geschrieben oder gesagt (⇒ siehe Downloads „Mercedes-Benz Verkäuferhandbuch von 1937“).

Aber trotzdem kann auch der erfolgreichste Verkäufer noch besser werden.

Nicht durch neue Methoden, sondern lediglich durch:

1. Das Setzen präziser Tagesziele
2. Klar definierte Prozesse
3. Hohe Disziplin im täglichen Einsatz
4. Tägliches Reporting
5. Konsequenzen, wenn von den Tageszielen abgewichen wird

Es ist wie im Fußball. Die Regeln, die für alle Mannschaften gelten, wurden bereits 1848 in Cambridge definiert. Und dennoch gibt es gewaltige Leistungsunterschiede zwischen der Champions-League und einer Amateurmansschaft.

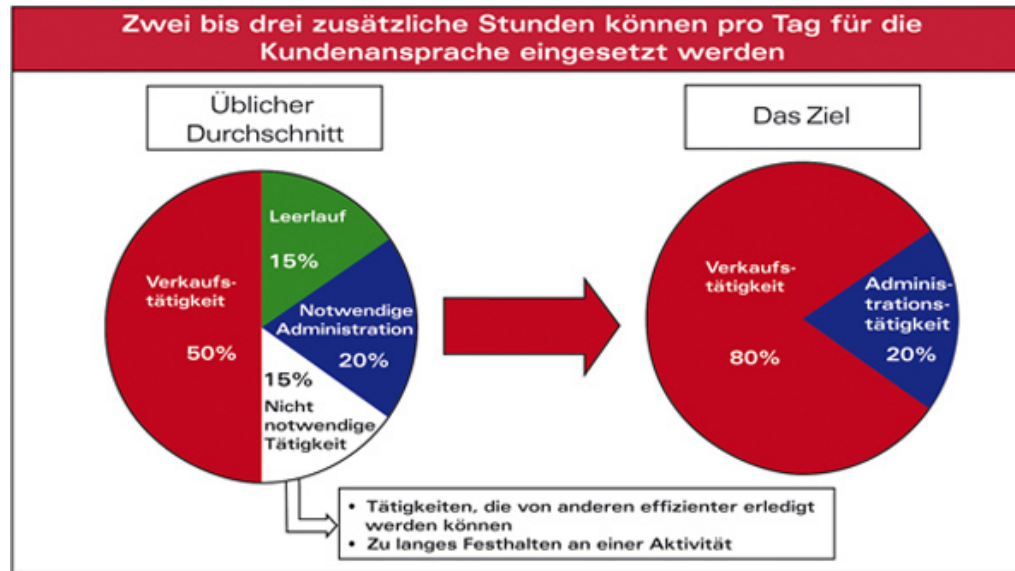
Die Leistungsunterschiede sind also nicht auf andere Regeln zurückzuführen, sondern lediglich auf den Unterschiedlichen Trainings- und Fitnesszustand.

2. Sind die Prozesse in Marketing und Vertrieb Ihres Unternehmens über den Außendienst, die Händler, die Empfehler bis hin zu den Kunden standardisiert, um kontinuierliche Verbesserungen zu ermöglichen? Sind die Prozesse in allen Regionen identisch, um Best Practice zu ermöglichen? Werden die Arbeitsschritte rund um den Verkäufer so präzise analysiert und optimiert wie in der Entwicklung, in der Produktion und bei der klassischen REFA-Methode?

Präzise Prozesse lohnen sich, denn durch die Eliminierung von Leerläufen und unproduktiven Tätigkeiten können pro Verkäufer pro Tag ca. 2-3 Stunden für die systematische Kundenbearbeitung freigemacht werden.

Systematik, Methoden & Philosophie

Ergebnisorientierte Methodik



3. Mit der von uns entwickelten **SALES TELEMETRIE** werden tagesaktuell die Erfolge und Aktivitäten aller Verkäufer (auch wenn es mehr als 10.000 sind) präzise und plakativ abgebildet.

Da Kennzahlen ohne Kontrolle und ohne Konsequenzen wertlos sind, ist das Online-Reporting-Tool – die **SALES TELEMETRIE** – die Grundlage für eine kontinuierliche Optimierung der Absatz- und Vertriebs-effizienz.

Da nur die Daten, die z. B. durch ein Ampelsystem im Bewusstsein der Mitarbeiter ankommen, zur Leistungssteigerung führen können, ist die Plakativität der SALES TELEMETRIE ein entscheidender Erfolgsfaktor. Die Stoppuhr in der Hand des Läufers ist eben wirkungsvoller als ein Datenfriedhof auf dem Zentralrechner, in den nur gelegentlich geschaut wird. Ein Läufer mit Stoppuhr ist schneller als die gleiche Person ohne dieses Messinstrument.

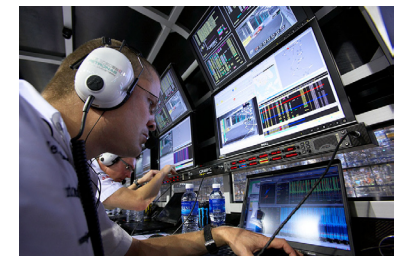
Systematik, Methoden & Philosophie

Ergebnisorientierte Methodik

Muster für die wöchentliche SALES TELEMETRIE-Information für einen Verkäufer				
KW 31	Verkäufer Mustermann			Jahresziel
	Pro Woche	Kumuliert		
1 Auftragseingänge	Ziel 3 Ist 8	Ziel 91 Ist 112	●	137
2 Abgegebene Angebote	Ziel 10 Ist 15	Ziel 370 Ist 477	●	530
3 Aktive Kundenkontakte	Ziel 75 Ist 85	Ziel 2.500 Ist 2.400	●	3.900
4 Kunden/Interessenten in der Verkäuferdatenbank		Ziel 1.200 Ist 1.500	●	2.000
5 Datenbankqualität: fehlerfrei in %		Ziel 65% Ist 45%	●	95%
6 Kundenzufriedenheit		Ist 93,2	●	95,0

Der Formel-1-Fahrer, der für jeden Streckenabschnitt seine Zwischenzeiten erhält, wird sich automatisch verbessern. Deshalb wird auch der beste Formel-1-Fahrer ohne Telemetrie und ohne ein perfektes Boxenteam nie eine Chance haben, zu gewinnen.

Im Vergleich zu den Real-Time-Datenströmen eines Formel-1-Rennwagens, dem weltweiten Controlling von McDonalds, den Reservierungssystemen der internationalen Hotelgesellschaften sowie dem Reservierungs- und



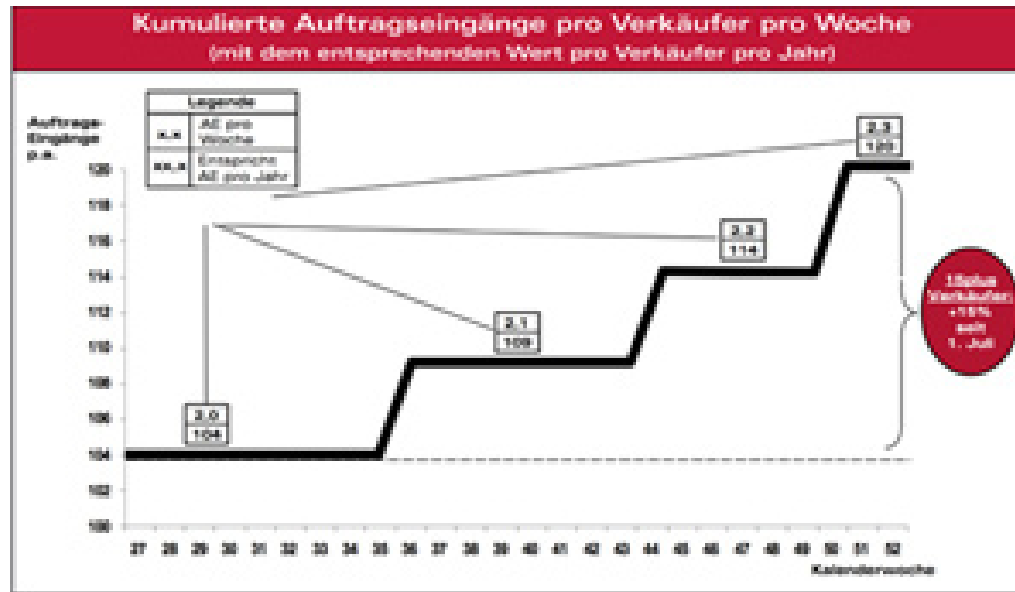
Systematik, Methoden & Philosophie

Ergebnisorientierte Methodik

Miles-&More-System von Lufthansa muss die SALES TELEMETRIE nur relativ geringe Datenmengen verarbeiten – kann also sehr zügig implementiert werden.

4. **Das 15plus System**

Mit dieser Transparenz und der damit verbundenen Präzision im Marketing- und Verkaufsprozess können **die Abschlüsse p. a. um über 15% gesteigert werden.**



5. Das **15plus System** schwört die Verkäufer auf die max. fünf wirkungsvollsten und effizientesten Verkaufsaktivitäten für das jeweilige Produkt ein. Damit wird auch deutlich gemacht, bei welchen Verkaufsaktivitäten die Relation zwischen Aufwand und Absatzerfolg unbefriedigend sind und deshalb nicht weiter verfolgt werden sollen.

6. Das **15plus System** schränkt einen Verkäufer nicht ein.
Im Gegenteil: Es befreit den Verkäufer von allen unnötigen Nebentätigkeiten, damit er sich auf die

Systematik, Methoden & Philosophie

Ergebnisorientierte Methodik

wichtigste Aufgabe eines Verkäufers konzentrieren kann:

Die absolute Konzentration auf die Kunden, um den Umsatz und das Vertriebsergebnis zu maximieren.
Systematischer Verkauf ist die Voraussetzung für die kontinuierliche Verbesserung von Absatz, Qualität und Vertriebseffizienz.

Ein Fließband kann nur mit Taktzeiten funktionieren und eine Werkstatt kann ohne definierte Arbeitszeiten nicht wirtschaftlich arbeiten.

Und auch für den Verkaufsprozess gilt: Nur mit definierten Zielen und Sub-Zielen können die Verkaufszahlen signifikant gesteigert werden.

Deshalb arbeitet das 15plus System mit präzisen Sollvorgaben für jeden einzelnen Verkäufer.

Und nur mit einem perfekten Kundendatenmanagement und der daraus abgeleiteten Verkaufssteuerung können überproportionale Absatzsteigerungen erzielt werden.

- 7. Das **15plus System** verknüpft CRM mit dem Verkäufer zu einem integrierten Prozessfluss.
- 8. Die **15plus Systematik** ist eine bewährte Vorgehensweise, die bei mittelgroßen und sehr großen Unternehmen in den Bereichen Automobil, Investitionsgüter, Finanzdienstleister, Dienstleister und Konsumgüterhersteller implementiert wurden. Dabei wurde mit insgesamt mehr als 6.000 Verkäufern und über 1.500 Händlern zusammengearbeitet, über 1 Mio. Verkaufsprozesse gesteuert und über 250.000 Verkaufsabschlüsse realisiert.
- 9. Auch Kundendienst-Organisationen, die dezentral bei ihren Kunden oder stationär im eigenen Betrieb arbeiten, können mit der 15plus Systematik ihre Leistungen p. a. um 15% steigern.

Die Stärken und Herausforderungen im Service variieren von Branche zu Branche erheblich. Während bei Automobilherstellern die Arbeitseffizienz durch Arbeitseinheiten und Richtwerte bereits sehr gut ist, gibt es hier noch erhebliche Absatzsteigerungspotentiale durch die Professionalisierung von Verkauf und Marketing.

Umgekehrt stellt sich die Situation bei vielen Investitionsgüter-Herstellern dar, bei denen der Kundendienst

Systematik, Methoden & Philosophie

Ergebnisorientierte Methodik

in den Räumen der Kunden durchgeführt wird. Häufig bestehen hier die Optimierungspotentiale in folgenden Bereichen:

- Zeitverwendung im Tagesablauf
- Renditeverbesserung durch die Einführung von Arbeitseinheiten und Richtzeiten
- Steigerung der Anzahl der Aufträge und des Auftragsumfanges durch systematische Umsatzsteigerungsschritte

10. Das **15plus System** ist pragmatisch und wird deshalb von Händlern und den Mitarbeitern der Hersteller sehr positiv beurteilt.

Das 15plus System zeigt, dass Kundenzufriedenheit, Absatzsteigerungen, Maximierung der Vertriebseffizienz und die Verbesserung der Motivation keine Gegensätze sind, sondern sich gegenseitig bedingen und kontinuierlich optimiert werden können.

Einen guten Einblick in die Kultur der MOMBERGER GROUP erhalten Sie, wenn Sie die Seite „Unsere Kultur und Karriere“ anklicken. **Dort wird deutlich, wer wir sind, woran wir glauben, wie wir uns verhalten und was wir anstreben.**