

Wie beurteilen Sie Ihre Verkäufer in Bezug auf:

| | sehr schlecht | | | | | | | hervorragend | | |
|--|---------------|---|---|---|---|---|---|--------------|---|----|
| Priorität | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 22. Kundenorientiert handeln | | | | | | | | | | |
| 23. Umgang mit Reklamationen/Beschwerden | | | | | | | | | | |
| 24. Konditionsgespräche führen | | | | | | | | | | |
| 25. Jahresgespräche führen | | | | | | | | | | |
| 26. Strukturiert Verkaufen | | | | | | | | | | |
| 27. Kommunikationsfähigkeit | | | | | | | | | | |

Verkäufer

Wie beurteilen Sie Ihre Führungskräfte in Bezug auf:

| | sehr schlecht | | | | | | | hervorragend | | |
|---|---------------|---|---|---|---|---|---|--------------|---|----|
| Priorität | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 28. Menschen zu Spitzenleistung motivieren | | | | | | | | | | |
| 29. Ergebnisorientiertes Führen | | | | | | | | | | |
| 30. Coachingfähigkeiten | | | | | | | | | | |
| 31. Vorbildfunktion | | | | | | | | | | |
| 32. Unternehmensentscheidungen mittragen | | | | | | | | | | |
| 33. Zeit für Führungsaufgaben | | | | | | | | | | |
| 34. Steuerung über Aktivitäten | | | | | | | | | | |
| 35. Mitarbeiter kennen die wichtigsten Unternehmensziele und richten ihr Handeln danach aus | | | | | | | | | | |
| 36. Vertriebl. Kompetenzen sind bekannt und werden konsequent multipliziert | | | | | | | | | | |
| 37. Zielerreichung (mit Zwischenbesprechung) wird ausreichend kontrolliert | | | | | | | | | | |
| 38. Motivationsfaktoren und Stärken der Mitarbeiter sind bekannt | | | | | | | | | | |

Führungskräfte

Worin sehen Sie den Vertriebsengpass zur Zeit:

| | sehr schlecht | | | | | | | hervorragend | | |
|--|---------------|---|---|---|---|---|---|--------------|---|----|
| Priorität | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 39. Ausreichend Kundentermine | | | | | | | | | | |
| 40. Ausreichend Neukunden | | | | | | | | | | |
| 41. Sehr gute Margen | | | | | | | | | | |
| 42. Keine Preisnachlässe | | | | | | | | | | |
| 43. Optimale Abschlussquote aus Verkaufsgesprächen | | | | | | | | | | |

Vertriebsengpass

Worin sehen Sie den Vertriebsengpass zur Zeit:

| | sehr schlecht | | | | | | | | | | hervorragend | | | | | | | | | |
|--|---------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|--------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| | Priorität | | | | | | | | | | Priorität | | | | | | | | | |
| 44. Mitarbeiter/Verkäufer setzen die Unternehmensstrategie um | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 45. Umsatzpotenzial bei bestehenden Kunden wird optimal ausgeschöpft | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 46. Wir wissen anhand von Rückmeldungen unserer Kunden, exakt die aktuellen Erwartungen an unseren Produkten | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Vertriebsengpass

Wie gut beurteilen Sie Ihre Akquisitionswege:

| | sehr schlecht | | | | | | | | | | hervorragend | | | | | | | | | |
|--|---------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | Priorität | | | | | | | | | | Priorität | | | | | | | | | |
| 47. Kunden rufen an | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 48. Kaltakquisition durch Verkäufer | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 49. terminierte Außendienstbesuche | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50. Call-Mail-Call-Aktionen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 51. Empfehlungen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 52. Callcenter legt Termine | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 53. Telefonakquisition durch Verkäufer | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 54. Mailingaktionen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 55. Angebote gezielt nachfassen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Akquisitionswege

Sonstige Kennzahlen:

| | | | | | | | | | | |
|--|---------|----------|-----------|-----------|------|---|---|---|---|----|
| 56. Durchschnittliche Anzahl Kundentermine pro Woche pro Vertriebsmitarbeiter | 1 bis 5 | 6 bis 10 | 11 bis 20 | 21 bis 30 | > 30 | | | | | |
| Was ist das Ziel? | | | | | | | | | | |
| 57. Durchschnittliche Abschlussquote pro Vertriebsmitarbeiter: <i>Bei 10 Kundentermine erreicht Ihr durchschnittlicher Vertriebsmitarbeiter folgende Anzahl von Abschlüssen</i> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Was ist das Ziel? | | | | | | | | | | |
| 58. Wieviel Kunden betreut ein Vertriebsmitarbeiter im Durchschnitt: | bis 50 | bis 100 | bis 250 | bis 500 | >500 | | | | | |
| Was ist das Ziel? | | | | | | | | | | |
| 59. Wie verteilt sich Ihr Kundenpotenzial in ABC-Kunden? | A | B | C | | | | | | | |
| <i>Bitte verteilen Sie insg. 100 %</i> | | | | | | | | | | |
| Wie ist das Ziel? | | | | | | | | | | |
| 60. Wie viele Neukunden gewinnt ein Mitarbeiter im Durchschnitt pro Monat? | bis 5 | bis 10 | bis 20 | bis 30 | > 30 | | | | | |
| Was ist das Ziel? | | | | | | | | | | |

Sonstiges

Sonstige Kennzahlen:

61. Wie ist die Vergütung Ihres Vertriebs geregelt?

Reines Fixgehalt Ausschließlich Provision
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

62. Durchschnittl. Jahresumsatz eines Verkäufers

63. Durchschnittl. Deckungsbeitrag eines Verkäufers p.
A.

64. Marktposition

Newcomer Marktführer
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sonstiges

Return on Invest von Entwicklungsmaßnahmen

65. Anzahl der Netto Arbeitstage pro Jahr

66. Anzahl der Trainingstage

67. Anzahl der Teilnehmer

68. Kosten des Trainings

69. Fahrtkosten pro TN

70. Hotelkosten pro TN (Raum/Essen/Übern.)

ROI-Berechnung

Termin

Firmenname:

Ansprechpartner:

Telefon:

E-Mail:

Straße, Nr:

PLZ, Ort:

Terminwunsch:

Termin

Partner der INtem®-Gruppe


IntervallSystem
Die Stufen zu mehr Vertriebserfolg

Training & Coaching 4 MORE

Karin Maria Hafen

T: +49 69 82363494

M: +49 174 2103335

Alicestraße 2

63075 Offenbach

Web: www.hafen.intem.de

E-Mail: k.hafen@intem.de