

# Vertriebs Handbuch



# Inhalt

## 1. Unser Kunde ( Scoring Index)

1. Potentialanalyse ( Ist/Neukunden)
2. .

## 2. Verkaufsprozess

1. Wann Kundenbesuch
2. Kundenservicelevel
3. Vorbereitung / Besuchsbericht
4. Aktivitäten in CRM
5. Verkaufschancen
6. Angebote
7. Verkaufschancenmanagement

## 3. Der Verkäufer

1. Skills 1
2. Skills 2

## 4. Sonstiges

1. Definition Neukunde
2. Was ist Erfolg als Verkäufer
3. Kosten Verkaufstag
4. USP
5. .
  1. Muster Liste Verkaufschancenmanagement
  2. Muster Zusatzfelder CRM
6. Grundwerte 1+2

# 1.1 Potentialanalyse Ist und Neukunden

Attraktive Kunden erkennen und RICHTIG einschätzen

Eigenschaften	Bewertung			Gewichtung %
	1	2	3	
Anzahl Mitarbeiter	5 < 50	50 < 500	< 5 > 500	18,2
Umsatz in M	1 < 10	10 < 50	< 1 > 50	18,2
Sektor	Pool / Irrigation / Brunnenbau	Animal care / Building	Sonstige	18,2
Segment	Installer / OEM / Enduser	Retailer	Wholesaler / Sonstige	27,3
Struktur	Familien-/ Einzelunter- nehmen	Filialist	Konzern	18,2

Potentialermittlung durch Leadscoring best Score 100 worst score 300

## 2.1 Wann Kundenbesuch

Kundenfaktor < 200

<u>Wann fahre ich zum Kunden</u>	
<u>Jahres/ Konditionsgespräche</u>	<u>Nur A-Kunden</u>
<u>Montage</u>	<u>Ausnahme</u>
<u>Neue Produkte (neues vorstellen)</u>	<u>Nur wenn Potential &gt; 5000€</u>
<u>Projekte/ Angebote</u>	<u>Nur wenn Potential &gt; 5000€</u>
<u>Reklamationen</u>	<u>Ausnahme</u>
<u>Umsatz soll gesteigert werden</u>	<u>Nur wenn Potential &gt; 10.000€</u>
<u>Umsatz ist gesunken</u>	<u>Erst telefonisch</u>
<u>Wenn ich sowieso „vorbei“ fahre</u>	<u>NEIN</u>
<u>Zur Kundenbindung, -Zufriedenheit, -Sicherung</u>	<u>Nur bei TOP 100 Kunden 1 x jährlich <u>besser ID übergeben aus Gebiet raus</u></u>

## 2.2 Kundenservicelevel

<u>Serviceart</u>	<u>Neukunde</u>	<u>Bestandskunde</u>
<u>Sonderbestellungen</u>	<u>Nein</u>	<u>Ja, wenn Kriterien erfüllt</u>
<u>Sonderfragen</u>	<u>Nein</u>	<u>Ja, wenn Kriterien erfüllt</u>
<u>„Wünsche werden erfüllt“</u>	<u>Nein</u>	<u>Ja, wenn Kriterien erfüllt</u>
<u>Eigener Ansprechpartner ID</u>	<u>Nein</u>	<u>Ja, wenn Kriterien erfüllt</u>
<u>Besuch Betreuung 1 x jährlich</u>	<u>Nein</u>	<u>Ja, wenn Kriterien erfüllt</u>



<u>Kriterien</u>
<u>&gt;10.000€ Umsatz/Potential (realistisch)</u>
<u>&gt;35% Marge</u>
<u>OEM Installer Enduser</u>
<u>Pool/ Irrigation/ Geo/ Wasser</u>
<u>Frachtkosten &lt;8%</u>

## 2.3 Kundenvorbereitung Besuchsbericht

<b>Knd.-Nr.</b>		
<b>Name</b>		
	<b>Vor dem Besuch</b>	
G:\07_Sales\Auswertungst emplates\2019 oder AX	Artiklumsatzliste Verkaufspotential á Kunde (white space) und andere	
<b>Webseite / Online shop analysieren</b>		
<b>Creditsafe Daten</b>	falls Umsatz/Mitarbeiterzahlen nicht bekannt	
<b>Besuchsfaktor ermitteln</b>		
	<b>Vor dem Besuch</b>	<b>ERGEBNIS - nach dem Besuch</b>
<b>Mein Ziel( e) beim Kunden</b>	1.	
	2.	
	3.	
<b>Meine Top Themen Kunde:</b>		
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
<b>Empfehlung</b>	für andere Neukunden	
<b>Referenzen</b>	Bild / Lob auf unserer Webseite	
<b>Umsatzerwartung Kunden von seinem Geschäft nächstes Jahr</b>	stabil rückläufig wachsend	
<b>Anteil bevo in %</b>	derzeit vom potentiellen Einkaufsvolumen	
<b>Farbe persönlich Kunde</b>	rot / gelb / grün / blau	
<b>Name Hauptwettbewerber</b>		

## 2.4 Aktivität im CRM

- Es sind unter Aktivitäten **Verkaufsgespräche** einzutragen Besuch, Telefon, Video etc.
- Nach jedem Besuch muss **entweder** der Bericht von 2 3 ausgefüllt werden und als Datei hinterlegt werden **oder** die Notiz ausgefüllt werden
  - Zusätzlich sind zum Zwecke der Auswertung die entsprechenden Zusatzdaten ( auf 519 drücken) im CRM zu füllen – so weit möglich - ( Im Besuchsbericht grün markiert) siehe 4.5
- Nach Besuchen ist im Bericht das Feld „Status“ auszufüllen ( unter Kampagne Akuisse zu finden bei Aktivität)
- Neukunde = Erstkontakt
- Bei bestehenden Kunden = Kunde
- Wenn keine Möglichkeit beim Kunden = Kein Interesse
- Berichte sind bis Ende der Woche (Sonntag 23:59 Uhr) im CRM einzutragen

## 2.5 Verkaufschancen

- Alles / systematisch / konsequent
- Potential – Verkaufschance / Angebote ( separat )
- Verkaufsschritte / Priorisierung
  - 25 Gespräch/Kontakt/ Möglichkeiten
  - 50 Angebot / Projekt
  - 75 Gespräche persönlich/ Telefon/Mail Touchpoints
  - 90 warte auf den ersten Auftrag
  - 100 Umsätze laufen noch 2-3 Monate beobachtung
- wöchentliche Liste
- Im Titel Art des Projektes eintragen ( Webinar, Gartenberechnung, UDO,.....)



## 2.6 Angebote ( wenn Sie länger laufen)

- > 1000 €
- Persönlicher Satz/Sätze dabei
  - ✓ Titel = Nummer Angebot
  - ✓ Beschreibung = Kurztitel
  - ✓ Im Verkaufsprozess eintragen als Angebot / aktualisieren ( aktiv passiv gewonnen verloren)
  - ✓ Betrag
  - ✓ Stufe Verkaufsprozess ( 50/75/90)
  - ✓ Zuständigkeit
  - ✓ Wiedervorlagetermin (= Abschlusstermin)

## 2.7 Verkaufschancenmanagement

- Eine Verkaufschance ist ein realistischer maximaler Mehrumsatz den ich mit dem Kunden machen könnte im Zeitraum NTM ( next 12 Monate)
- Verkaufschancen können auch ab einer Größenordnung von 5.000€ eingetragen werden. ( Der Mittelwert der Verkaufschancen sollte jedoch > 10.000 € sein )
- Die Verkaufschancen müssen aktuell sein. Also Verkaufschancen ohne Mehrumsatz nach 3-6 Monaten sollen auf passiv gestellt werden , Ausnahmen sind natürlich möglich )
- Wahrscheinlichkeiten sind als Fortschritt im Verkaufsprozess ( stufen 0-100 siehe 2.5) einzugeben und ständig zu aktualisieren
- Pflichtfelder sind:
  - Titel
  - Status (aktiv gewonnen verloren passiv)
  - Im Verkaufsprozess eintragen als „Gewinnung“
  - Betrag
  - Stufe Verkaufsprozess 0/25/50/75/90/100
  - Zuständigkeit
  - Abschlussdatum = Wiedervorlagedatum
- Berichte sind bis Ende der Woche (Sonntag 23:59 Uhr) im CRM einzutragen

## 3.1 Verkäufer –Skills 1-

- Hunter Mentalität ( mehr wollen) = Wachstum
- Verantwortlich für Neu-und Mehrumsatz
- Arbeiten nach dem FDA Vertriebssystem
- Eigenmanagement /Selbstständigkeit
  - ( Deal Pipeline Wert Prio aktuell, Umsatzzahlen ; Satz Formel Weg zum Ziel)
- In Organisation arbeiten können ( Standard – kein Künstler)
- Technikaffin / offen ( Produktivität)
- Marketingaffin ( neue Tools, Trends , was ist erfolgreich)

## 3.2 Verkäufer –Skills 2-

- Offen sein
- Persönlichkeit haben ( nett, höflich, sympathisch, Flexibilität, zuhören)
- Verkaufstechniken beherrschen & Trainieren & weiterbilden
- Produktkenntnisse
- Exel ( Grundfunktionen; Sverweis; Pivot) siehe 4.7
- Englisch Level A2

## 4.1 Neukundendefinition

Umsatz Vorjahr :

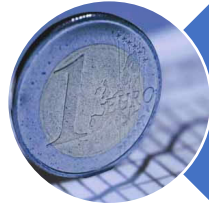
0

Umsatz  
aktuelles Jahr:  
>1000€  
zu Vorjahr

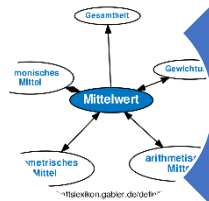
## 4.2 Wann bin ich erfolgreich als Verkäufer



Besuchte Kunden der letzten 12 Monate



Kunden mit mehr Umsatz zum Vorjahr



Mittelwert Gesamtsumme TOP5 Verkäufer = erfolgreich



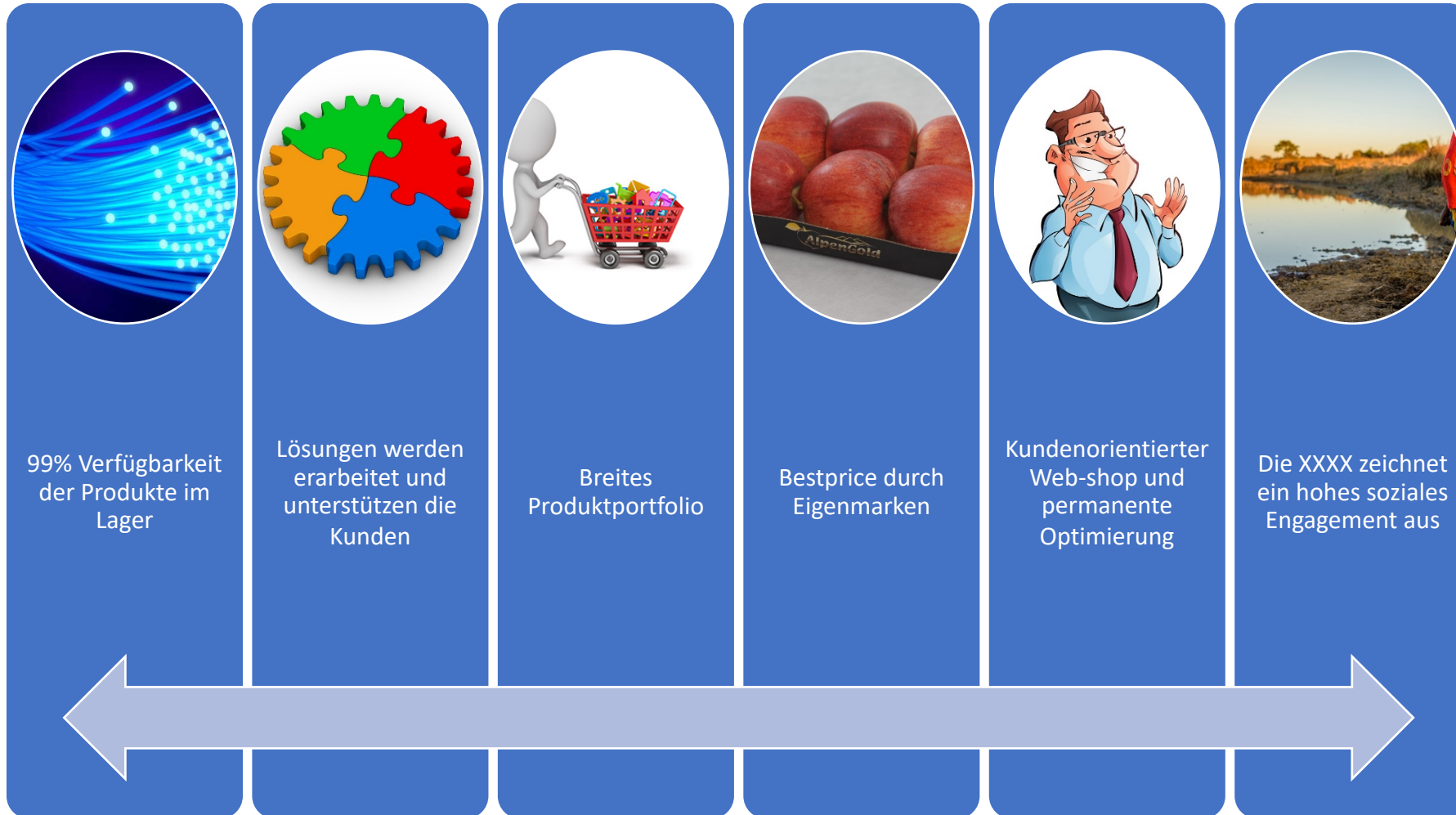
Gesamtsumme < 50% vom Mittelwert = nicht erfolgreich



## 4.3 Kosten Verkaufstag

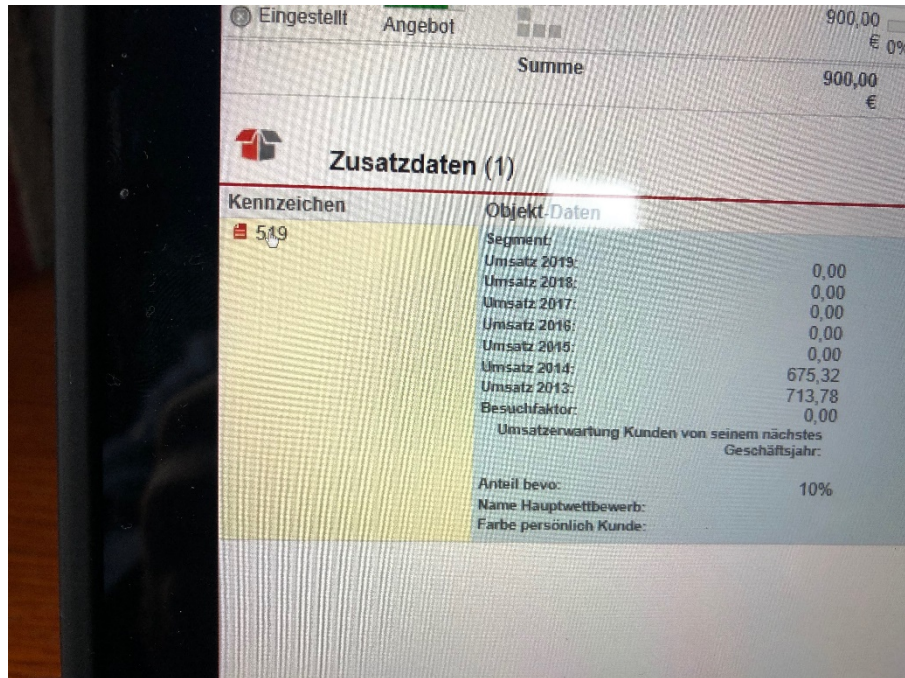
<u>Anzahl Arbeitstage</u>	<u>240</u>
<u>Urlaub</u>	<u>-30</u>
<u>Krank</u>	<u>-5</u>
<u>Schulung</u>	<u>-5</u>
<u>Kaputte Wochen</u>	<u>-15</u>
<u>Sonstiges</u>	<u>-10</u>
<u>Netto VK-Tage</u>	<u>175 / 35 KW</u>
<u>Kosten/ Tag</u>	<u>803€</u>
<u>Kosten/ Besuch</u>	<u>352€</u>
<u>Kosten/Stunde</u>	<u>100€</u>

## 4.4 USP

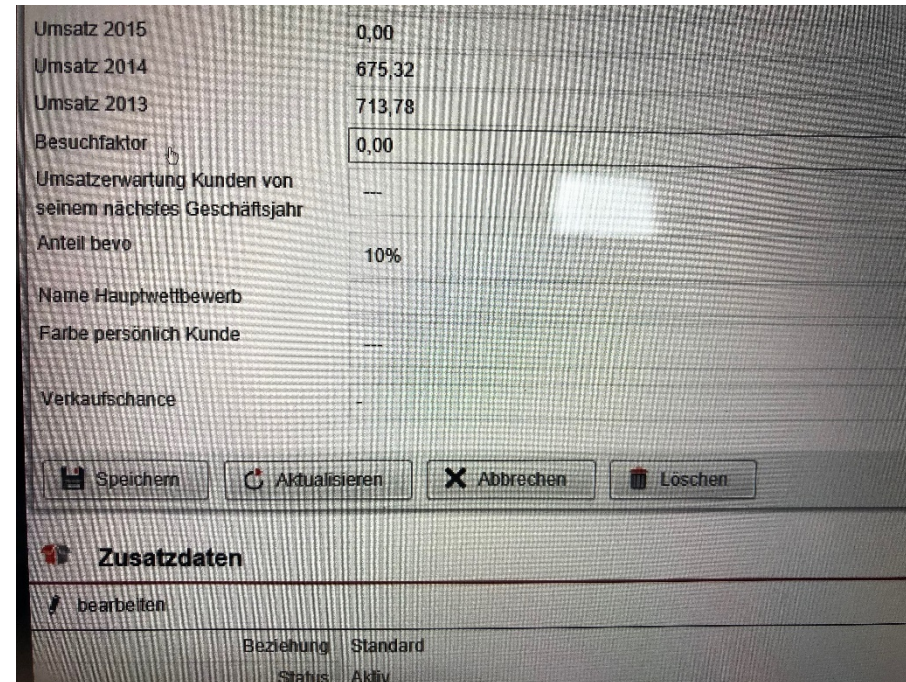




## 4.5.2 Zusatzfelder CRM



1. Um die Zusatzdaten aufzurufen  
Bei Kunde unten links  
Auf Zusatzdaten Kennzeichen 519 drücken  
Dann öffnet sich das Formular siehe Bild  
rechts



2. Nun folgende Felder ausfüllen

- **Besuchsfaktor ( 100-300)**
- **Umsatzerwartung des Kunden ( drop down)**
- **Anteil ( drop down) 0,10,25,50,75,100**
- ~~Name des Hauptwettbewerbers ( nur 1 Firma)~~
- ~~Farbe des Kunden ( drop down)~~
- **speichern**

Verkaufschance bitte hier vergessen  
( versuchen das Feld noch zu löschen)

# Grundwerte 1

- ✓ Der Verkäufer hat ein gepflegtes Erscheinungsbild ( persönlich & PKW)
- ✓ Der Verkäufer hat Muster und Musterkoffer dabei
- ✓ Der Verkäufer hat eine aktuelle Verkaufsmappe / Online surface
- ✓ Es wird nicht der Produktkatalog vorgeführt sondern nur auf den ermittelten Bedarf
- ✓ Der Kunde erhält keine komplette Exel Preisliste - nur für seinen Bedarf-
- ✓ Alle Neukunden werden auf das neue Preissystem umgestellt
- ✓ Ich tue was ich sage
- ✓ Ich mache was wir vereinbart haben
- ✓ Ich arbeite nach den Richtlinien des Verkaufshandbuches

# Grundwerte 2

## Interne Verkaufsregeln/Kommunikationsregeln

Mail an / CC 1 verantwortlicher bei to do

Ich beantworte Mails und Rückrufe zeitnah

Keine Überlastung an Dritte kommunizieren, nur an Vorgesetzte

Ich mache meine Arbeit und nicht die der Kollegen

Ich helfe gerne, wenn ich gefragt werde

## Kundengrundsätze ( bei Faktor < 20 sonst ID)

Immer Zeit haben für den Kunden

Bei Reklamationen bin ich großzügig, entscheide schnell selbst.

Dem Kunden immer helfen, wenn er Probleme hat