

INtem® Vertriebspotentialanalyse
Finden Sie verborgenen Erfolg.



WINTERHOFF **WERTE**



INtem® Vertriebspotentialanalyse

Bitte machen Sie zunächst Angaben zu Ihrem Unternehmen.

Unternehmen				
Adresse				
Internet				
Telefon				
Mitarbeiter im Vertrieb				
Anzahl Außendienst Innendienst				
Anzahl Standorte				
Ausgefüllt von Vorname Name				
Funktion				
E-Mail				
Durchwahl Mobil				
Wunschtermin für kostenlose, unverbindliche Auswertung	Webmeeting 30min		Vor-Ort-Termin	Datum

Dieses Werkzeug bietet Ihnen die Möglichkeit zur Selbstreflexion über Ihre Stärken und Schwächen im Verkauf.

Natürlich ist dieser Fragebogen mit 60 Punkten ziemlich umfangreich und verlangt Ihre Zeit und Konzentration.

Wir sind jedoch davon überzeugt, dass sich dieser Aufwand lohnt, um zielgerichtet zu entdecken, wo es bei Ihnen noch Potential gibt.

Alle Angaben sind freiwillig! Insbesondere dann, wenn Sie diesen Fragebogen durch uns auswerten lassen.

Und noch ein kleiner Hinweis: Wir neigen in der Selbstbetrachtung dazu, uns eher so zu beurteilen, wie wir gerne wären oder sind zu bescheiden. Erlauben Sie sich also in diesem Fragebogen, möglichst genau zu sein.

Das gelingt Ihnen zum Beispiel, indem Sie sich mindestens zwei oder drei Beweise für Ihre Antwort nennen.

Bsp. „Zu teuer – wie genau wird reagiert?“ – Fallen Ihnen sofort zwei bis drei Situationen ein und wie sind diese ausgegangen?

Bitte drucken Sie die Seiten 2-5 zunächst aus und nehmen Sie sich dann Zeit und Ruhe für die Bearbeitung.

Die ausgefüllte Version senden Sie dann bitte per Mail an jw@winterhoffwerte.com.



Potentialanalyse Verkäuferbewertung

Zum Ausfüllen des Fragebogens .

Bitte drucken Sie die Seiten 2-5 aus und nehmen Sie sich Ruhe und Zeit für die Bearbeitung.

In das Feld Priorität tragen Sie ein, wie wichtig Ihnen dieser Fragepunkt ist.
[1 = unwichtig, 2 = weniger wichtig, 3 = wichtig und 4 = sehr wichtig].

In den einzelnen Punkten kreuzen Sie entsprechend von 1 (Sehr schlecht) bis 10 (Hervorragend) das für Sie zutreffende Feld an.

Teilweise gibt es Freifelder, in welche Sie Ihre Antwort eintragen können.

Verkäufer bewerten	Priorität	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Zeit- u. Selbstmanagement											
2. Terminvereinbarung am Telefon											
3. Beim Interessenten Interesse wecken											
4. Eigenmotivation und Begeisterung											
5. Vorbereitung auf Kundentermine											
6. Namen sicher behalten											
7. Zwischenmenschliche Beziehungen											
8. Begeisterung übertragen können											
9. Gezielte Fragetechnik einsetzen											
10. Sichere Bedarfsanalyse											
11. Überzeugende Produktpräsentation											
12. Sichere Einwandbehandlung											
13. Überzeugend argumentieren											
14. Beweis und Begründung im Verkauf											
15. Kreative Ideen umsetzen											
16. „Zu teuer“ – wie wird reagiert?											
17. Kaufwunsch emotional wecken											
18. Sicher abschließen											
19. Interessenten zu Käufern machen											
20. Ziele setzen und erreichen											
21. Empfehlungsgeschäft nutzen											
22. Kundenorientiert handeln											
23. Umgang mit Reklamationen/Beschwerden											
24. Konditionsgespräche führen											
25. Jahresgespräche führen											
26. Strukturiert verkaufen											
27. Kommunikationsfähigkeit											



Potentialanalyse Führungskräfte | Engpass | Akquise

Führungskräfte bewerten

- 28. Menschen zu Spitzenleistung motivieren
- 29. Ergebnisorientiertes Führen
- 30. Coachingfähigkeiten
- 31. Vorbildfunktion
- 32. Unternehmensentscheidungen mittragen
- 33. Zeit für Führungsaufgaben
- 34. Steuerung über Aktivitäten
Mitarbeiter kennen die wichtigsten
- 35. 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

Priorität	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Potentieller Vertriebsengpass

- 44. Mitarbeiter/Verkäufer setzen die Unternehmensstrategie um
- 45. Umsatzpotenzial bei bestehenden Kunden wird optimal ausgeschöpft
Wir kennen anhand von Rückmeldungen unserer
- 46. Kunden exakt die aktuellen Erwartungen an unsere Produkte
- 39. Ausreichend Kundentermine
- 40. Ausreichend Neukunden
- 41. Sehr gute Margen
- 42. Keine Preisnachlässe
- 43. Optimale Abschlussquote aus Verkaufsgesprächen

Priorität	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Akquisitionswege

- 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

Priorität	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10



Potentialanalyse **Kennzahlen** | ROI

Diverse Kennzahlen

56. Durchschnittliche Anzahl Kundentermine pro Woche pro Vertriebsmitarbeiter

Was ist das Ziel?

57. Vertriebsmitarbeiter: *durchschnittlicher Vertriebsmitarbeiter folgende Anzahl von Abschlüssen*

Was ist das Ziel?

58. Wie viele Kunden betreut ein Vertriebsmitarbeiter im Durchschnitt?

Was ist das Ziel?

59. Wie verteilt sich Ihr Kundenpotenzial in ABC Kunden? (Bitte vergeben Sie insgesamt 100 %)

Was ist das Ziel?

60. Wie viele Neukunden gewinnt ein Mitarbeiter durchschnittlich im Monat?

Was ist das Ziel

61. Wie ist die Vergütung Ihres Vertriebs geregelt?

62. Durchschnittl. Jahresumsatz eines Verkäufers

63. Durchschnittl. Deckungsbeitrag eines Verkäufers p. a.

64. Marktposition:

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 Teilnehmer

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

Priorität

Ist

Soll

Ist

Soll

Ist

Soll

Ist

Soll

Ist

Soll

1 bis 5		6 bis 10		11 bis 20		21 bis 30		> 30	
Ist		Ist		Ist		Ist		Ist	
Soll		Soll		Soll		Soll		Soll	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ist		Ist		Ist		Ist		Ist	
Soll		Soll		Soll		Soll		Soll	
bis 50		bis 100		bis 250		bis 500		> 500	
Ist		Ist		Ist		Ist		Ist	
Soll		Soll		Soll		Soll		Soll	
A		B		C					
Ist		Ist		Ist		Ist		Ist	
Soll		Soll		Soll		Soll		Soll	
0 bis 5		6 bis 10		11 bis 20		21 bis 30		> 30	
Ist		Ist		Ist		Ist		Ist	
Soll		Soll		Soll		Soll		Soll	

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

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

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

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

>>Diese Analyse ist nur der erste Erfolgsfaktor für unser Versprechen an Sie!<<



Raum für persönliche Anmerkungen & Ergänzungen

