

Lean Works

Lean Selling

Höhere Produktivität und mehr Markterfolg im Vertrieb und Marketing

Translating Customer Focus
into Business Results

Mag. Andreas Sattlberger, MBA
Lean Experts Group
asattlberger@lean-works.com
+43 676 720 9880

Nutzen durch höhere Produktivität

Diese Resultate sind das Ergebnis höherer Effektivität in Marketing und Verkauf



1. Mehr qualitativ hochwertige **Leads** für Ihr Verkaufsteam
2. Zusätzliche **Neukunden** die bereit sind, Ihr Angebot zu testen
3. Raschere **Umwandlung** von Interessenten in zahlende Kunden
4. Zunahme hochwertiger **Kundengespräche**, die zu Aufträgen führen
5. Verbesserte **Organisation** der Angebots-, Auftrags- & Abwicklungsprozesse
6. Steigende **Motivation** und Abschluss-Sicherheit der Verkäufer
7. Mehr **Abschlüsse** mit dem gleichen Verkaufsbudget
8. Profitable Erreichung und Übererfüllung der **Verkaufsziele**
9. Bessere Zusammenarbeit für **Innovationen**, die am Markt gewinnen
10. Höhere **Kundenzufriedenheit**, steigende Wiederkauftrate und mehr Empfehlungen

Hauptgründe für Vertriebsprobleme

Diese 4 Grundübel unterminieren den Vertriebs Erfolg:

1. Schwaches Nutzenversprechen



4. Verkauf ist nur ein Job!



2. Sales Chain gerissen

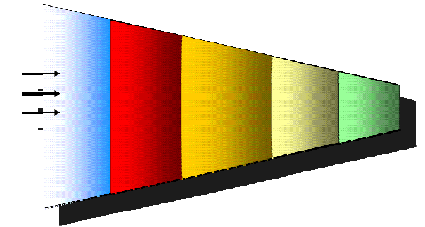


3. Reine Verschwendung

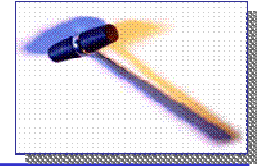


4 Schlüsselfaktoren für Vertriebserfolg

- 1. Überzeugende Produktversprechen:**
wirklich innovative Angebote mit „eingebautem Marketing“ als Schlüssel zum Kundenerfolg
- 2. Lead Pipeline, die „arbeitet“:**
durchgängige Sales Chain Pipeline für steigende Resultate, berechenbare Forecasts & konsequentes Management
- 3. Disziplin effektiver Problemlösung:**
Verdoppelung der Produktivität im Vertrieb und reduzierte Verschwendung durch individuelle & Team-Problemlösung
- 4. Persönliche Professionalität:**
Verkauf ist persönlich und erfordert höchste Qualifikation der Mitarbeiter im Verkauf

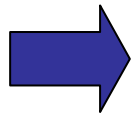


1. Produktnutzen: „Was bringt’s mir?“

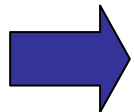


- Wert ist das, wofür Kunden tatsächlich zu bezahlen bereit sind
- Alles andere ist Verschwendung!

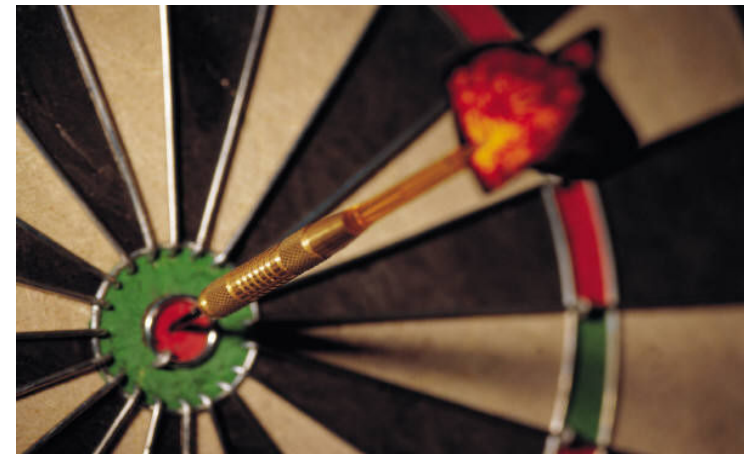
Den Kunden interessiert nur **seine Situation** und wie diese verbessert werden kann, während das Produkt allein Mittel zum Zweck ist. Ja klar, aber welcher Verkäufer handelt danach?



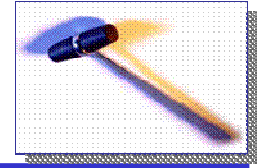
Klare Nutzenversprechen für eindeutige Kundensegmente schaffen die nötige Aufmerksamkeit bei Entscheidern



Nur einfache und konsistente Botschaften dringen durch den Werbungs-Lärm zum Kunden



Beispiel: Nutzenversprechen



Welchen Verkäufer würden Sie in Ihr Haus lassen?



Tatsächliche Unternehmensbewerbung:

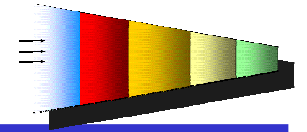
„Die GS Communications konzentriert sich auf Design, Entwicklung, Produktion und Distribution von Qualitätsprodukten für die Kommunikation zu Hause. Die Produktpalette unter der Marke SG umfasst Telefone für Festnetz- und IP-Telefonie, Router, Gateways sowie Softwarelösungen für Endverbraucher und Netzbetreiber als auch WiMAX- und Home Media Endgeräte.“



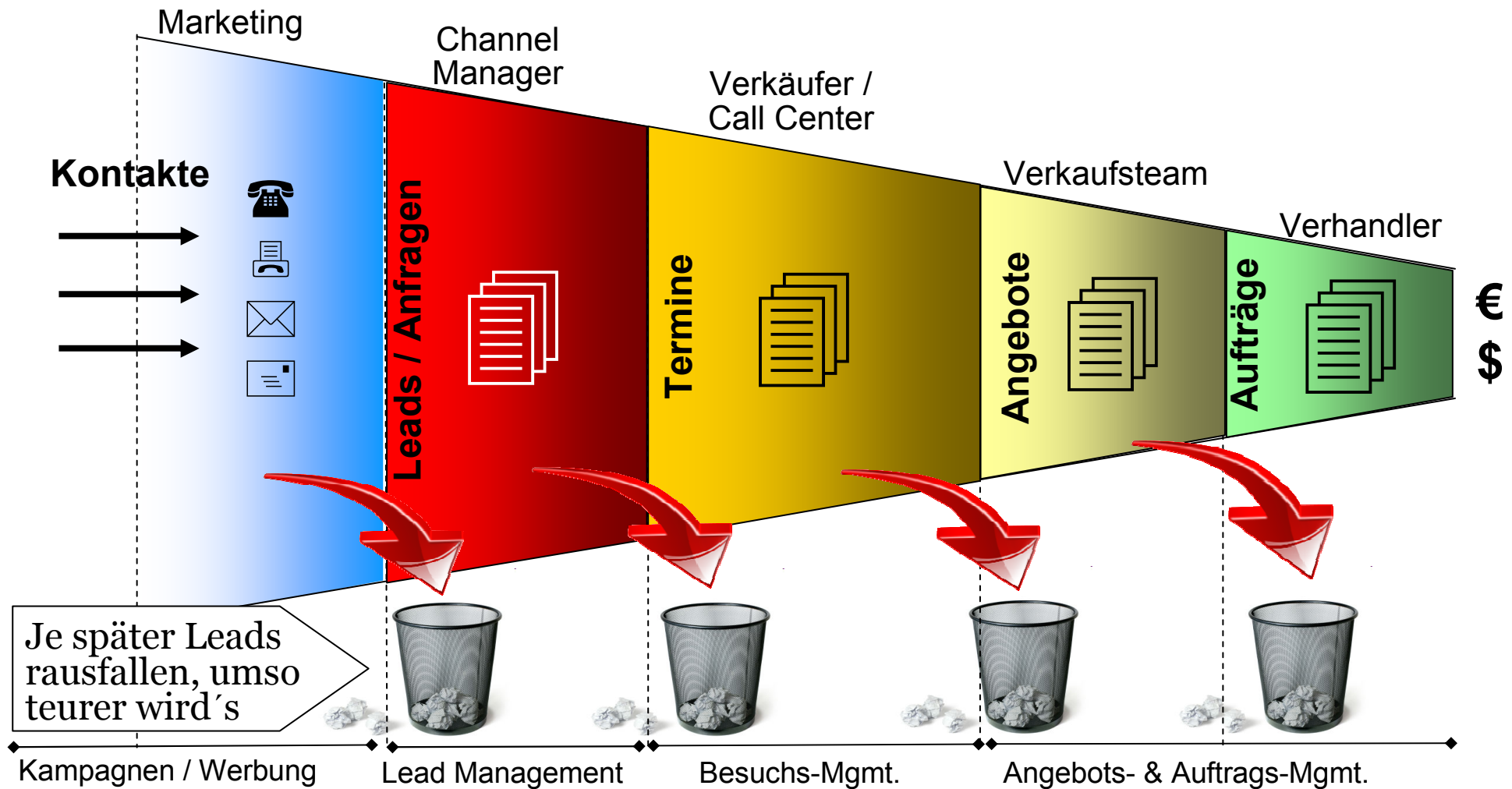
Verbessertes Nutzenversprechen:

„Wir von GS Communications lösen günstig und dauerhaft Ihre Kommunikationsbedürfnisse zu Hause, damit Sie immer bequem & mobil kommunizieren können, von den günstigsten Telekom-Tarifen profitieren und alle Ihre Endgeräte problemlos einbinden können.“

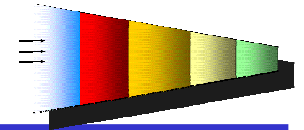
2. Pipeline: Sales Chain zum Erfolg



Starten Sie Ihre „Sales Maschine“ durch eine eng verzahnte & diszipliniert gemanagte Pipeline damit die Leads nicht versickern



Beispiel: Pipeline Management



Höhere Leistungen entstehen durch mehr und effektivere Arbeit

Monatliche Pipeline		Vertriebsmanager: Hans H. - 31.07.2009					
Verkäufer / Team		Mark M.	%	Karl K.	%	Sam S.	%
Zielkunden	#	70	100	70	100	70	100
Zielaktivitäten	#	300	100	300	100	300	100
Aktivitäten							
Telefonate	#	83		98		112	
eMails/Briefe	#	145		89		143	
Messekontakte	#	10		4		6	
Gesamtbesuche	#	72		52		68	
davon: Erstbesuche	#	5		0		2	
Summe Schlagzahl	#	310	103	243	81	329	110
Resultate							
Zielumsatz Monat	€	800.000	100	600.000	100	900.000	100
Zielaufträge Monat	#	8	100	6	100	9	100
Qualifizierte Leads	#	18	225	5	83	16	178
Leads Umsatz	€	1.800.000	225	500.000	83	1.600.000	178
Detailanfragen	#	15	188	4	67	10	111
Detailanfr. Umsatz	€	1.500.000	188	400.000	67	1.000.000	111
Angebote	#	12	150	2	33	11	122
Angebote Umsatz	€	1.200.000	150	200.000	33	1.100.000	122
Verträge	#	9	113	4	67	12	133
Verträge Umsatz	€	900.000	113	400.000	50	200.000	133
Umsatz Gesamtjahr	€	7.500.000	63	7.000.000	58	8.000.000	67
Umsatz/Schlag		2.903		1.646		3.647	

mehr

$$\frac{1.200.000}{329} = 3.647 \text{ € pro Schlag}$$

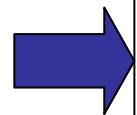
effektiver



3. Produktivität: Verschwendung aus Tradition

Untersuchungen in Vertrieb & Marketing zeigen die Potenziale durch Prozessoptimierung und Verbesserungsmaßnahmen auf*)

- 10-30% vom Umsatz werden durch Absatzkosten verursacht, oder mehr, wenn die gesamte Lieferkette einbezogen wird
- Potential für Produktivitätssteigerung in Vertrieb & Marketing von bis zu 50%, das entspricht 5-15% vom Umsatz
- Aktive Verkaufszeit im Schnitt nur 11% der Arbeitszeit, wobei das Gefühl trügt: die Verkäufer gaben 22% an
- Vertriebs- und Marketingabteilungen mit starkem Erfolgscontrolling liefern überdurchschnittliche Resultate, aber nur die wenigsten werden im Detail gesteuert
- Ohne klares Verständnis der Ursachen-Wirkungs-Zusammenhänge und disziplinierter Problemlösung wird dahin gewurschtelt



Lean Selling als disziplinierte Problemlösung im Vertrieb



*) Daten: Internationale Vertriebseffizienzstudie 2006; Proudfoot, 2006; Daum, 2001; Schmieder, 2000, Lenskold 2009.



Lean Selling: Beseitigung der Verschwendung

Blindleistung und Verschwendung machen in Vertrieb und Marketing 50% und mehr des Aufwands aus, hier sind Beispiele angeführt

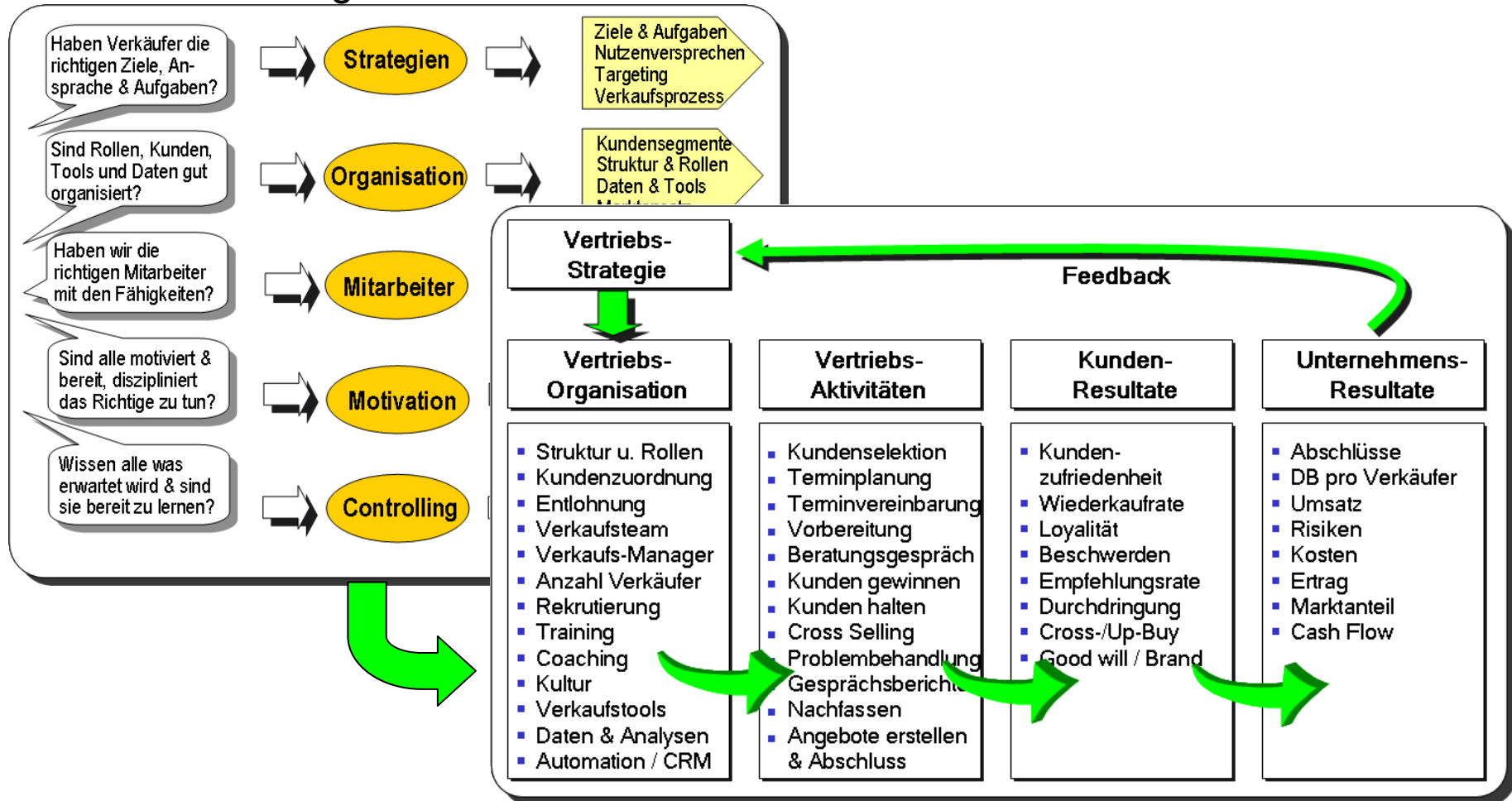
Verschwendungen	Beispiele im Vertrieb
1. Überaktivität	Masse unqualifizierter Leads, zuviele Kontaktdaten, schlechtes Forecasting, zuviele Produkte, vage Angebote, zu viele Produkte
2. Überinformation	Vernachlässigte Leads, offene Angebote, offene Kundenbeschwerden, wartende Kundenaufträge, wartende Anträge
3. Übergaben	Zuviele Schnittstellen, zuviele Übergaben, komplexe Kalkulation, komplizierte Abläufe, zuviele eMails & Anhänge
4. Wartezeiten	Warten auf Telefon, Kalkulation, Angebotserstellung, Antwort; wartende Abwicklung, Servicewarteschlange, Sammelabarbeitung,
5. Über-Prozessieren	Hoffnungsangebote, mangelnde Qualifizierung, zuviele Formulare, zuviel Reports, Wiedereinarbeitung, zuviele Unterschriften, über-engineerte Lösungen, hohe Komplexität
6. Zuviel Bewegung	Unnötige Besuche, Doppelarbeit, zuviel Kontrolle, mehrfache Dateneingabe, häufige Unterbrechungen, Suche nach Dateien
7. Fehler	Mängel in Bedarfserhebung, Angebot, Kalkulation, Rabatte, Verträge, Rechnung, Abnahme, Nutzung; falsche Daten, Ablehnung, Risiken
8. Falsches Produkt/ Service	Verfehltter Bedarf, Angebot entspricht nicht Anforderungen, ungeeignet für Kunden, zu hohe/geringe Funktion, Komplexität

Die zwingende Kausalität des Erfolgs



Resultate sind nicht Ergebnis des Zufalls, sondern die Konsequenz disziplinierter Problemlösung und Verbesserung in Strategien, Prozessen & Erfolgsfaktoren

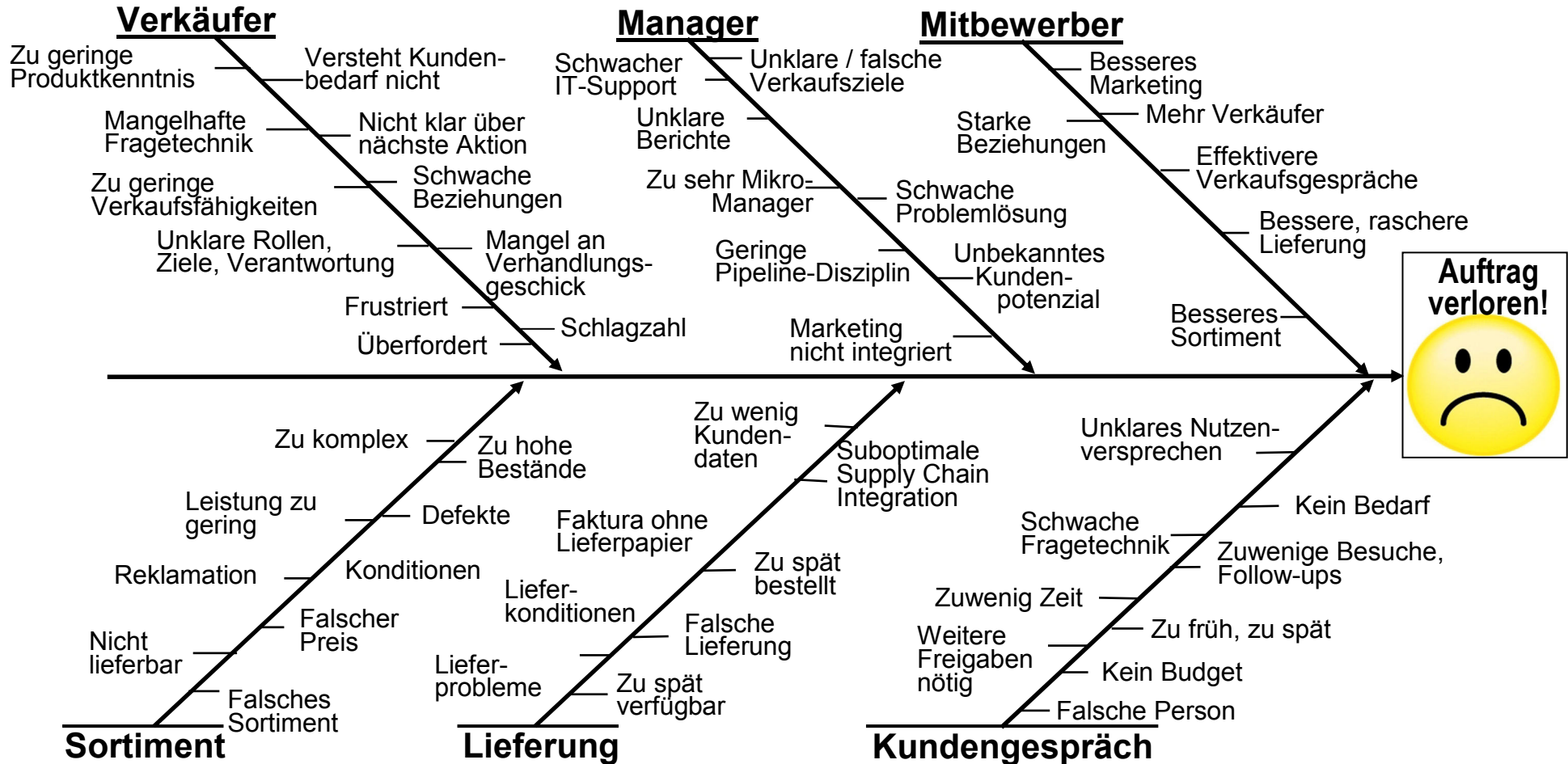
Erfolgsfaktoren



Beispiel: Probleme lösen mit Daten und Methode



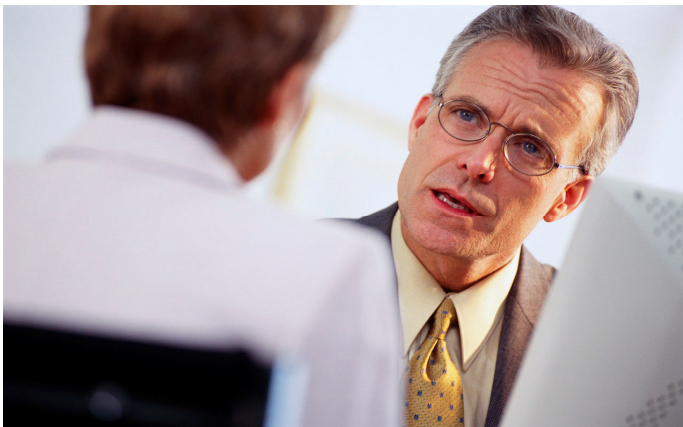
Lean Selling untersucht die Grundursachen, warum Kunden nicht kaufen und sorgt für die Umsetzung von Gegenmaßnahmen



4. Professionalität: Verkauf ist persönlich!

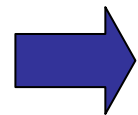


Kunden nehmen's persönlich, das erfordert auch vom Verkäufer, sich persönlich zu engagieren



- Makellose Integrität
- Hohe Qualifikation
- Motivierter Einsatz
- Kontinuierliches Lernen
- Persönliche Entwicklung ...

... um Wert für Kunden, Unternehmen und sich selbst zu schaffen

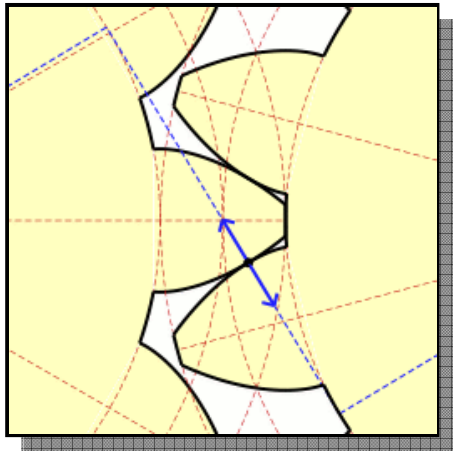


Lean Selling verbessert zuerst die Mitarbeiter und dann die Resultate.

Lean-Works - Ihr Partner zum Geschäftserfolg

*Lean-Works
Kernkompetenz:*

*Lean-Works steigert Ihren Markterfolg
durch verbesserten Kundenwert
und höhere Produktivität*



Lean-Works dient als "Fitness-Trainer" der Ihre Stärken durch Lean Management in **messbare Wertsteigerung** "übersetzt."

Der Effekt: Höherer Kundenwert hebt den Markterfolg und höhere Produktivität **steigert den Ertrag.**

Kontakt:
Mag. Andreas Sattlberger
asattlberger@lean-works.com

Tel: +43 1 416 4527
Mobil: +43 676 720 9880
www.lean-works.com