

BENEFIT Selling Profiler

Verkaufseinstellung

von

Alex Zufall

Erstellt im Auftrag von



BENEFIT COACHING TEAM AG

Der BENEFIT Selling Profiler ermittelt die bevorzugte Verkaufsphilosophie, die Verkaufsstrategie von Alex Zufall sowie die Einstellung zum Verkaufsumfeld.

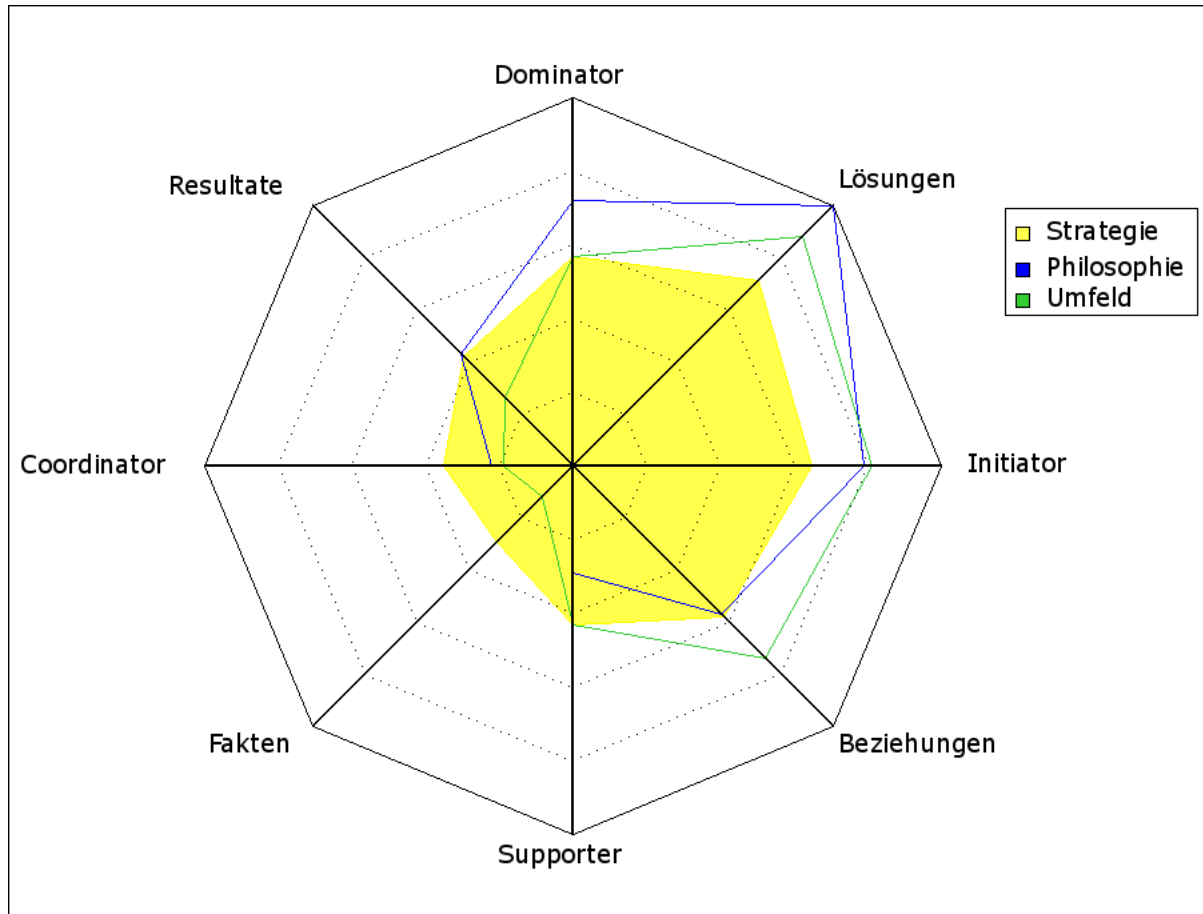
Der BENEFIT Selling Profiler ermittelt die Einstellung und die Verhaltensstendenzen von Alex Zufall zu folgenden, verkäuferisch relevanten Themen:

- Verkaufsmotivation und Verkäufervorteile
- Portfoliowissen und Mitbewerber
- Kundengewinnung und Kaufmotive der Kunden
- Verkaufsabsicht und Verkaufsstil
- Gesprächsvorbereitung und Gesprächsführung
- Einwandbehandlung, Widerstand des Kunden
- Vertragsabschluss und Misserfolg
- Vorschriften und Vorgesetzter
- Verkaufskollegen, interne Zusammenarbeit

Der BENEFIT Selling Profiler zeigt auf, inwieweit sich die Einstellungen zu den 3 Sichtweisen Verkaufsphilosophie, Verkaufsstrategie und Verkaufsumfeld unterscheiden und welcher der nachstehenden 4 Verkaufsstile bevorzugt wird:

- Ergebnis-orientierter Verkaufsstil
- Lösungs-orientierter Verkaufsstil
- Beziehungs-orientierter Verkaufsstil
- Fakten-orientierter Verkaufsstil

Je weniger die Verkaufsstile in den 3 Sichtweisen abweichen, desto besser. Für Alex Zufall konnte über alle 3 Sichtweisen die folgende und gemittelte Verkaufseinstellung ermittelt werden:

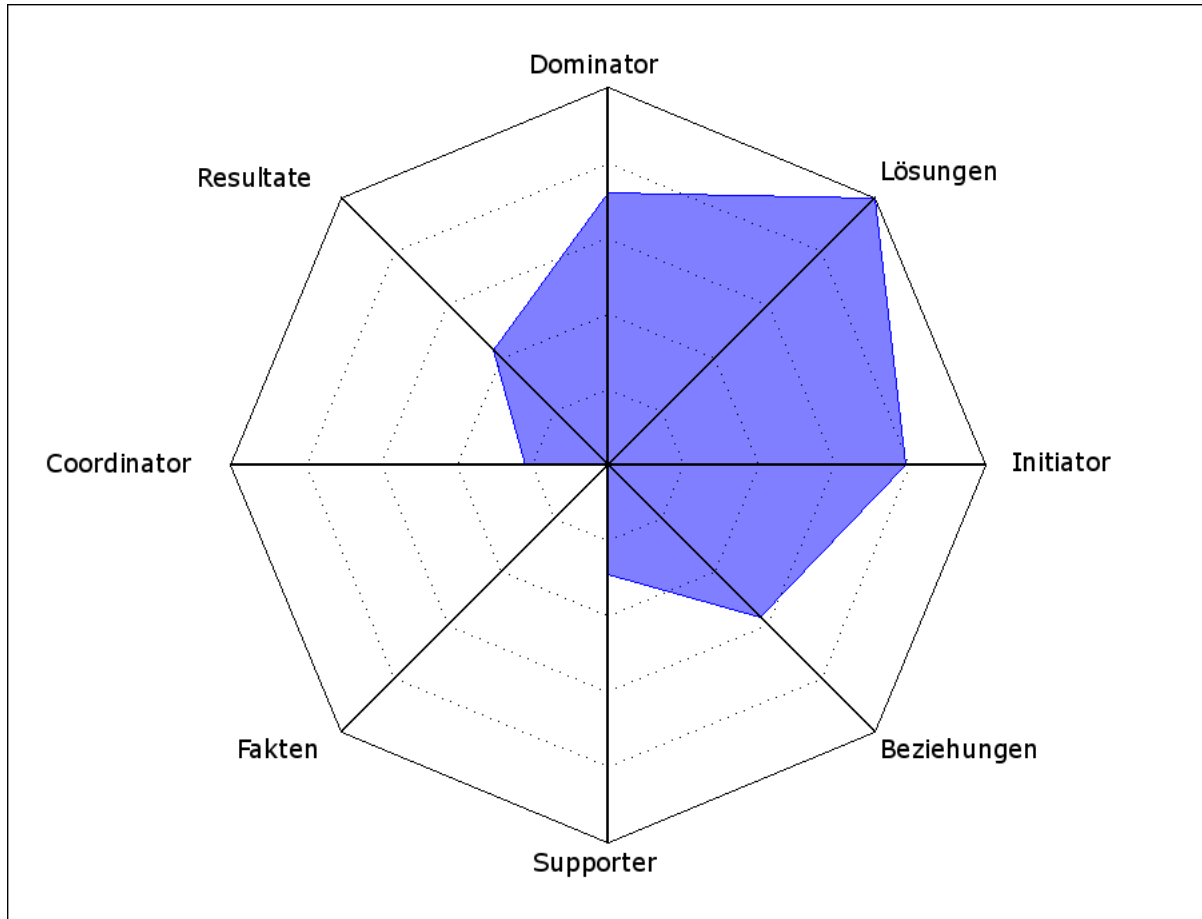


	Philosophie	Strategie	Umfeld	Gesamtbild
Verkaufseinstellung				
Resultate	43	42	26	40
Beziehungen	57	58	74	60
Lösungen	100	71	88	84
Fakten	0	29	12	16
Verhaltenstendenzen				
Dominator	72	57	57	62
Initiator	79	65	81	72
Supporter	29	43	43	38
Coordinator	22	35	19	28

Auf den folgenden Seiten sind die Detailanalysen und der jeweilige Interpretationskommentar zu den 3 Sichtweisen aufgeführt.

Interpretation der Verkaufsphilosophie

Mit den vier Einstellungen zur Verkaufsphilosophie wird Ihr generelles Verständnis für die verkäuferische Tätigkeit, sowie das von Ihnen zu erwartende globale Verhalten bei der Durchführung verkaufsrelevanter Aufgaben aufgezeigt.



Verkaufseinstellung		Verhaltenstendenzen	
Resultate	43	Dominator	72
Beziehungen	57	Initiator	79
Lösungen	100	Supporter	29
Fakten	0	Koordinator	22

	Resultate	Beziehungen	Lösungen	Fakten
Verkaufsmotivation	10	0	10	0
Portfolio	10	0	10	0
Kundenpotential	10	0	10	0
Mitbewerber	10	0	10	0
Kaufmotiv des Kunden	0	10	10	0
Verkaufsabsicht	0	10	10	0
Verkaufsstil	3	7	10	0
Umgang mit Fakten	0	10	10	0
Verkäufernutzen	0	10	10	0
Kundenbetreuung	0	10	10	0

Lösungsorientierung

Ihre Verkaufsphilosophie ist geprägt durch Ihre Lösungsorientierung. Verkaufen ist für Sie eine Herausforderung, bei der es ausschliesslich Gewinner geben sollte. Sowohl Sie als auch der Kunde sollten davon profitieren.

Sie qualifizieren potentielle Kunden danach, wie Sie den bestmöglichen Umsatz mit Ihrer Lösung bzw. mit Ihrem Produkt erreichen könnten. Dabei steht die passende Lösung im Vordergrund.

Im Zusammenhang mit Fakten, Merkmalen und Vorteilen geben Sie die Informationen weiter, die im Zusammenhang mit der Entwicklung von Kundennutzen notwendig sind.

Durch Ihr Vorgehen über Bedarfs- und Kundennutzenentwicklung, den Kunden zu einer Lösung zu führen, sehen Sie es als selbstverständlich an, dass es zu einer bestimmten Zeit einen konkreten, erfolgreichen Abschluss geben wird. Sie werden konsequent daran arbeiten, diesen Abschluss auch zu erreichen. Abschlussfragen zu stellen macht Ihnen keine Mühe, da Sie wissen, dass der Kunde den grösstmöglichen Nutzen bekommt.

Beziehungsorientierung

Mittlere Ausprägung der Beziehungsorientierung:

Ihre persönliche Einstellung zeigt, dass Sie grundsätzlich den Wert einer guten Beziehung zum Kunden erkannt haben.

Die Voraussetzungen für einen erfolgreichen Lösungsverkauf sind gut. Verändern Sie Ihre Verkaufseinstellung zu Gunsten einer stärkeren Beziehungsorientierung selektiv aber nicht zu Lasten einer prägnanten Resultat- und einer starken Lösungsorientierung.

Resultatorientierung

Mittlere Ausprägung der Resultatorientierung:

Ihre persönliche Einstellung zum Verkaufen zeigt, dass Sie als Verkäufer den Abschluss im Auge haben und gewillt sind, die Ihnen gesetzten Vorgaben erreichen zu wollen.

Sofern Ihre Lösungsorientierung überdurchschnittlich und Ihre Beziehungsorientierung stark ausgeprägt sind, genügt Ihre Resultatorientierung für den sog. "Lösungsverkauf". Ist eher ein sog. "Produktverkauf" an Laufkundschaft gefordert, ist eine Veränderung Ihrer Verkaufseinstellung zu einer stärkeren Resultatorientierung gefordert.

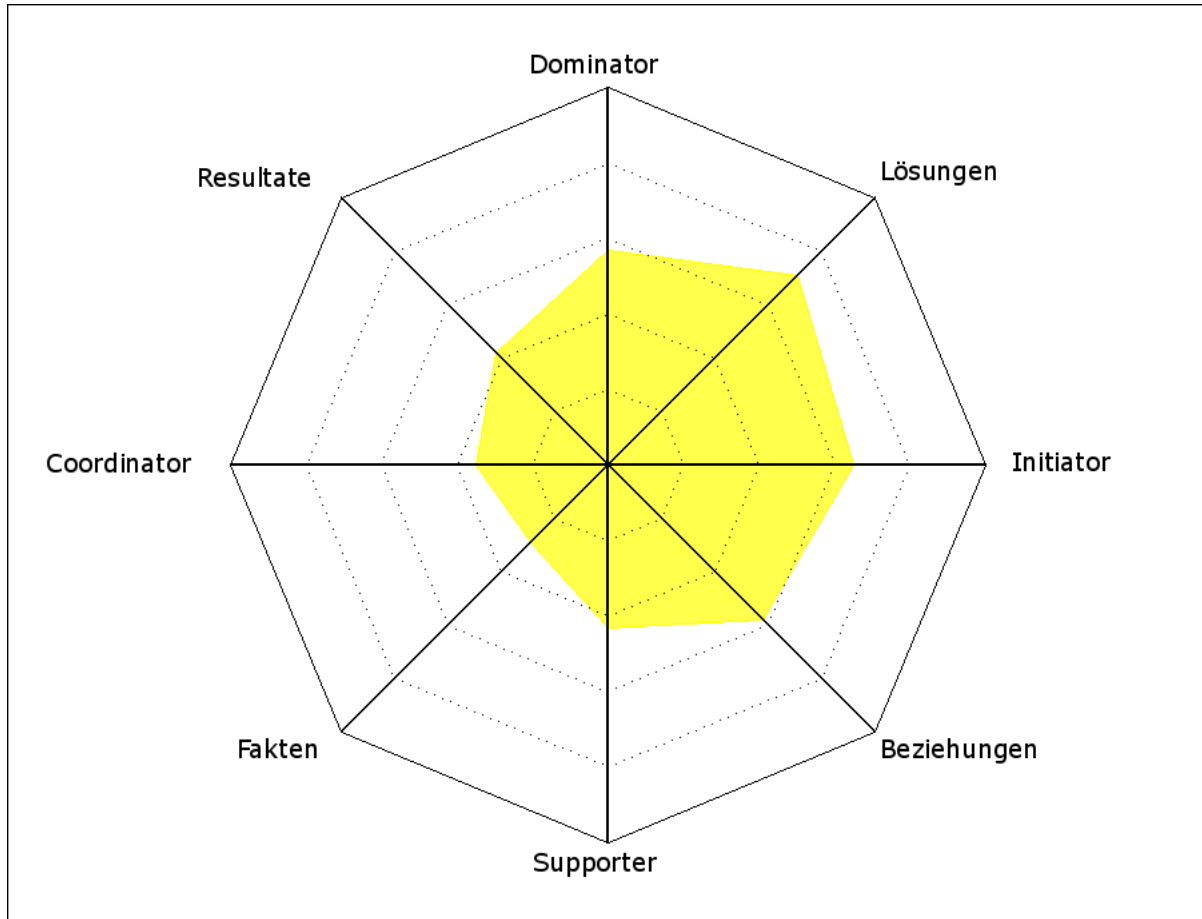
Faktenorientierung

Geringe Ausprägung der Faktenorientierung:
Ihre Verkaufsphilosophie basiert auf dem Grundsatz "soviel Fakten wie nötig" aber nicht mehr.

Falls Sie an versierte Kunden verkaufen, welche den Nutzen Ihres Angebotes selber erkennen oder Sie sich auf technische Verkaufsunterstützung verlassen können, genügt diese Ausprägung, und es ist keine Veränderung dieser Verkaufseinstellung nötig.

Interpretation der Verkaufsstrategie

Mit der Prüfung Ihrer persönlichen Verkaufsstrategie wird Ihr bevorzugtes verkäuferisches Verhalten in allen Aufgabenbereichen eines Verkäufers im Verkaufsprozess analysiert und nachstehend interpretiert.



Verkaufseinstellung		Verhaltenstendenzen	
Resultate	42	Dominator	57
Beziehungen	58	Initiator	65
Lösungen	71	Supporter	43
Fakten	29	Coordinator	35

	Resultate	Beziehungen	Lösungen	Fakten
Akquise	3	7	10	0
Portfoliowissen	0	10	10	0
Gesprächsvorbereitung	0	10	0	10
Erster Eindruck	3	7	7	3
Gesprächseröffnung	0	10	10	0
Gesprächsführung	10	0	10	0
Lösungspräsentation	0	10	0	10
Führung des Kunden	0	10	10	0
Einstellung zum Mitbewerb	10	0	10	0
Einwandbehandlung	10	0	10	0
Kundenwiderstand	10	0	10	0
Vertragsabschluss	7	3	10	0
Verkäuferdominanz	10	0	0	10
Kundenbetreuung	0	10	0	10
Verhalten bei Misserfolg	0	10	10	0

Lösungsorientierung

Starke Ausprägung der Lösungsorientierung:

Sie haben erkannt, dass der Kunde nur dann kauft, wenn er seinen Bedarf erkannt hat und auch gewillt ist, die bestehende Situation zu verändern. Sie verfolgen zusätzlich die Strategie, gemeinsam mit dem Kunden eine für ihn angemessene Lösung mit einem hohen Kundennutzen zu entwickeln.

Ihre Einstellung stellt eine viel versprechende Basis für den sog. "Lösungsverkauf" dar, insbesondere wenn die Faktenorientierung nicht übermässig ausgeprägt ist.

Eine weitere Stärkung diese Einstellung lohnt sich. Fokussieren Sie darauf, gemeinsam mit dem Kunden Situationen und daraus resultierende Probleme zu beschreiben und die Auswirkungen zu bewerten. Dann werden Sie noch mehr Erfolg haben.

Beziehungsorientierung

Mittlere Ausprägung der Beziehungsorientierung:

Sie bemühen sich, im Verkaufsgespräch eine Beziehung zu Ihrem Kunden aufzubauen. Dieses gelingt Ihnen bereits in vielen Fällen.

Bei Schwierigkeiten im Aufbau von Kundenbeziehungen lohnt es sich darüber nachzudenken, ob Sie immer den Typ und das Verhalten Ihres potentiellen Kunden richtig interpretieren.

Investieren Sie noch mehr Zeit in den Ausbau der persönlichen Beziehung zum Kunden, damit Sie die persönlichen Ansichten und Werte des Kunden noch besser abdecken können und Sie so eine ideale Basis für den Verkaufsabschluss schaffen können. Bei allem was Sie tun, sollten Sie jedoch Ihr vorgegebenes Umsatzziel nicht ausser Acht lassen und gleichzeitig bestrebt sein, eine entsprechende bedarfsgerechte Lösung mit dem Kunden gemeinsam zu entwickeln.

Resultatorientierung

Mittlere Ausprägung der Resultatorientierung:

Sie haben erkannt, dass ein guter Verkäufer in jedem Verkaufsgespräch versuchen muss, seine Ziele zu erreichen und die ihm gesetzten Vorgaben zu verfolgen.

Wohl haben Sie bereits ein vernünftiges Mass gefunden, diese Erkenntnisse in Ihrer praktischen Arbeit als Verkäufer umzusetzen.

Neben der konsequenten Besuchsplanung, bei der Sie auch entsprechende Zielsetzungen formulieren, ist es notwendig, im Gespräch selbst auf Kundenbedürfnisse einzugehen und gleichzeitig Ihre Zielsetzungen konsequent zu verfolgen. Sofern Sie dieses Vorgehen mit einem am Bedarf des Kunden orientierten Verkaufs entsprechend einsetzen, dann sind Sie auf dem richtigen Weg. Verstärken Sie Ihre Bemühungen in diese Richtung.

Wenn zudem die Ausprägungen der Beziehungs- und Faktenorientierung nicht stärker sind, bewegen Sie sich bereits nahe am Optimum der Resultatorientierung.

Eine noch stärkere Ausprägung könnte für den Kunden bereits zu viel Druck bedeuten und die Abschlusschancen mindern.

Faktenorientierung

Mittlere Ausprägung der Faktenorientierung:

Ihr Bedürfnis, dem Kunden alle Informationen und Fakten zu Ihrem Produkt frühzeitig zukommen zu lassen, ist relativ stark ausgeprägt. Dies alleine ist keine Gewähr für einen Verkaufsabschluss.

Sie teilen dem Kunden zwar alle Merkmale und Vorteile Ihrer Produkte oder Ihrer Dienstleistungen mit, auch wenn er Sie nicht danach gefragt hat. Ob der Kunde Ihre Informationen haben möchte, prüfen Sie zu wenig.

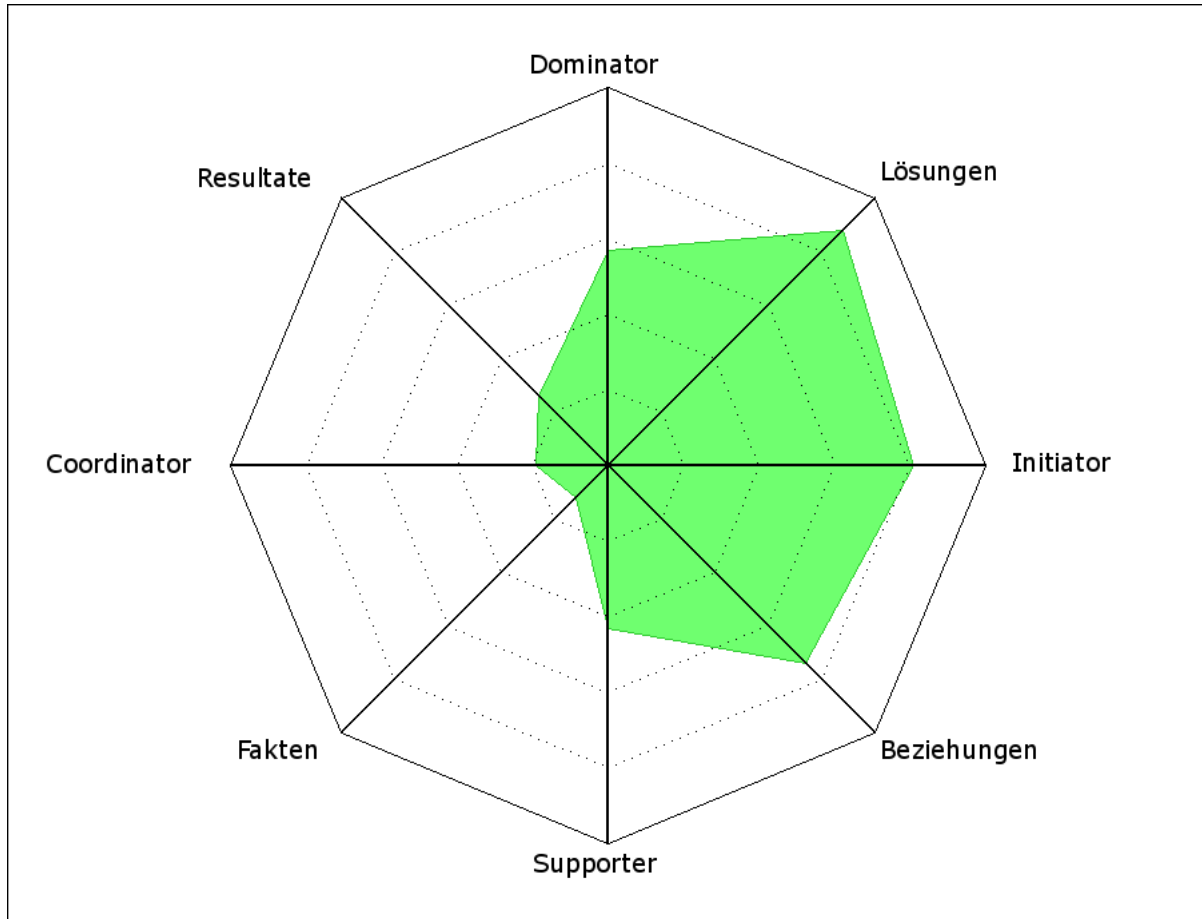
Zudem müssen Sie sich immer vor Augen halten, dass Sie den Kunden in erster Linie über Ihre verkäuferischen Leistungen dazu bringen sollten, seinen Bedarf zu erkennen und seinen Wunsch zur Veränderung herbeizuführen. Warten Sie nicht darauf, dass der Kunde von sich aus Bedarf erkennt.

Ausserdem werden Sie kaum davon leben können, dass der Kunde von Ihnen Fakten erhält, um sich dann selbst zu entscheiden. Dieses wird in den wenigsten Fällen tatsächlich geschehen.

Machen Sie sich deshalb stets bewusst, welche differenzierten, persönlichkeits-individuellen Informationsbedürfnisse Ihre Kunden haben. Was beim einen Kunden bereits zuviel ist, kann bei sach-orientierten Kunden noch zu wenig sein.

Interpretation des Verkaufsumfelds

Nachstehend wird Ihre persönliche Einstellung zum Verkaufsumfeld analysiert, Ihr generelles Verständnis sowie Ihre Erwartungen im Hinblick auf Verhalten, Steuerung und Unterstützung von Vorgesetzten, Kollegen und Support-Bereichen, wie zum Beispiel Auftragsbearbeitung, Kundendienst etc. bewusst gemacht.



Verkaufseinstellung		Verhaltenstendenzen	
Resultate	26	Dominator	57
Beziehungen	74	Initiator	81
Lösungen	88	Supporter	43
Fakten	12	Coordinator	19

	Resultate	Beziehungen	Lösungen	Fakten
Mein Vorgesetzter	0	10	10	0
Meine Arbeitskollegen	0	10	10	0
Andere Bereiche	10	0	10	0
Vorschriften	3	7	7	3
Firmentreue	0	10	7	3

Lösungsorientierung

Ihre stärkste Ausprägung ist in der Lösungsorientierung festzustellen. Um ein abgerundetes Bild zu bekommen, müssen Sie jedoch die anderen Ausprägungen berücksichtigen und dabei Ihre Punktwerte in Relation zueinander setzen. Ohne Berücksichtigung der anderen Ausprägungen stellt sich Ihre "Einstellung zum Verkaufsumfeld" über die Lösungsorientierung wie folgt dar:

Ihre Einstellung zum Vorgesetzten ist pragmatisch. Wenn Sie einen Vorteil darin sehen, für den Kunden das bestmögliche Produkt und die bestmögliche Lösung zu finden, so sprechen Sie dieses selbstverständlich mit Ihrem Vorgesetzten ab. Ziel ist es dabei Kundennutzen zu erreichen. Auch eine Steuerung von Vorgesetzten lassen Sie zu, wenn es Ihren Kunden bei der Entwicklung der bestmöglichen Lösung nutzt.

Von Ihren Kollegen, die Sie nicht als Wettbewerber betrachten, lernen Sie. Sie ziehen Sie zu Rate, wenn es darum geht, höchstmöglichen Kundennutzen zu erreichen.

Sie fühlen sich für die Lösung, die beim Kunden plaziert wird, verantwortlich. Darum werden Sie alles daran setzen den Kunden sowohl bei der "Installation" als auch danach entsprechend zu betreuen. Sie streben in diesem Zusammenhang weitere Geschäfte an.

Ihre Bindung zur Firma ist recht gross. Wenn Sie jedoch feststellen, dass Sie über die gebotenen Produkte oder Dienstleistungen keine adäquate Kundenlösung erreichen können, dann sind Sie durchaus offen für gute Stellenangebote am Markt. Dieses nicht vordergründig, sondern - wie gesagt - nur dann, wenn Ihr jetziges Unternehmen keine zufriedenstellende Kundenlösungen bieten kann.

Copyright

Copyright © BENEFIT COACHING SYSTEMS GmbH, Haldenstrasse 5, Postfach 2254, CH-6342 Baar (Schweiz). Diese Auswertung unterliegt den gesetzlichen Vorschriften des Autorenrechts; die kommerzielle Reproduktion ist untersagt. Ausgenommen ist das Anfertigen persönlicher Kopien im Auftrag der hier namentlich aufgeführten Person im Rahmen ihrer persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung.

Der Lizenzgeber und seine Partner lehnen jede Verantwortung für Konsequenzen aus unsachgemäßem oder zweckentfremdetem Gebrauch ab.

BENEFIT Selling Profiler

Gruppenprofile

von

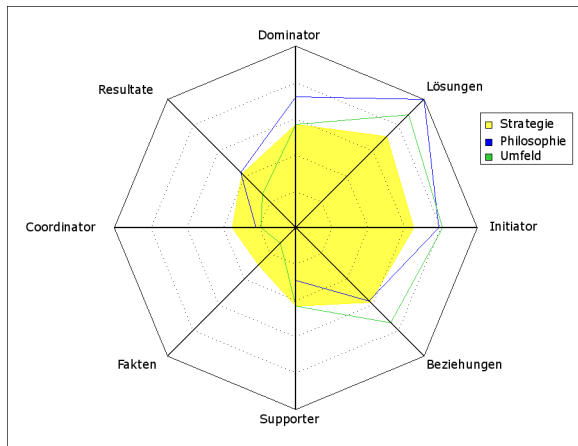
Gruppe Muster Gruppe

Erstellt im Auftrag von

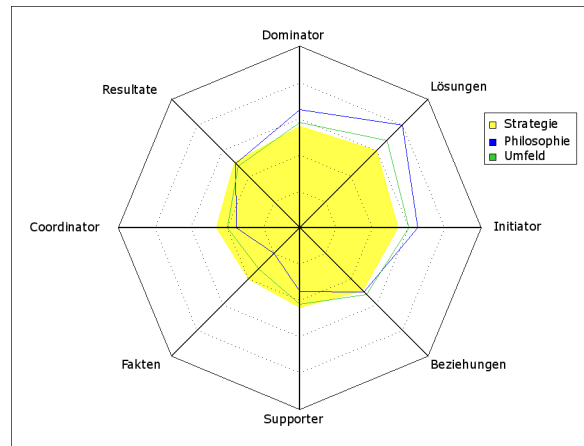


BENEFIT COACHING TEAM AG

Alex Zufall

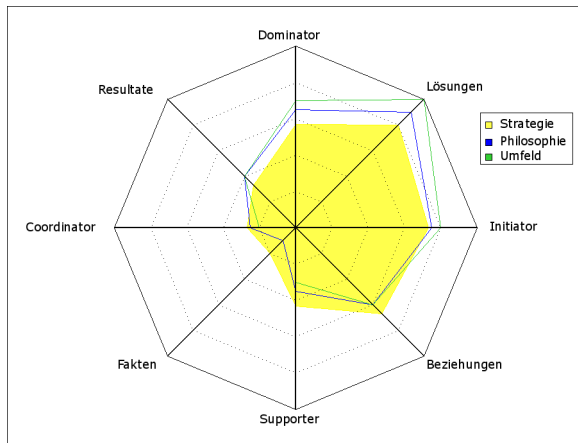


Patrick Test

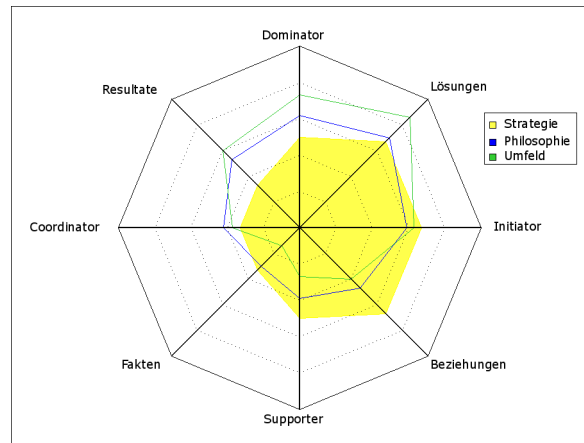


42	Resultate	51
58	Beziehungen	49
71	Lösungen	54
29	Fakten	40
57	Dominator	56
65	Initiator	54
43	Supporter	44
35	Coordinator	46

Petra Testerin



Daniel Müller



33	Resultate	33
67	Beziehungen	67
80	Lösungen	67
20	Fakten	33
57	Dominator	50
73	Initiator	67
43	Supporter	50
27	Coordinator	33

Copyright

Copyright © BENEFIT COACHING SYSTEMS GmbH, Haldenstrasse 5, Postfach 2254, CH-6342 Baar (Schweiz). Diese Auswertung unterliegt den gesetzlichen Vorschriften des Autorenrechts; die kommerzielle Reproduktion ist untersagt. Ausgenommen ist das Anfertigen persönlicher Kopien im Auftrag der hier namentlich aufgeführten Person im Rahmen ihrer persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung.

Der Lizenzgeber und seine Partner lehnen jede Verantwortung für Konsequenzen aus unsachgemäßem oder zweckentfremdetem Gebrauch ab.

BENEFIT Selling Profiler

360°-Profil

von

Alex Zufall

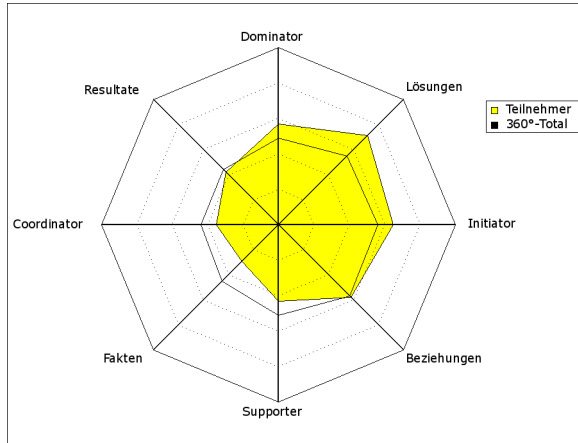
Erstellt im Auftrag von



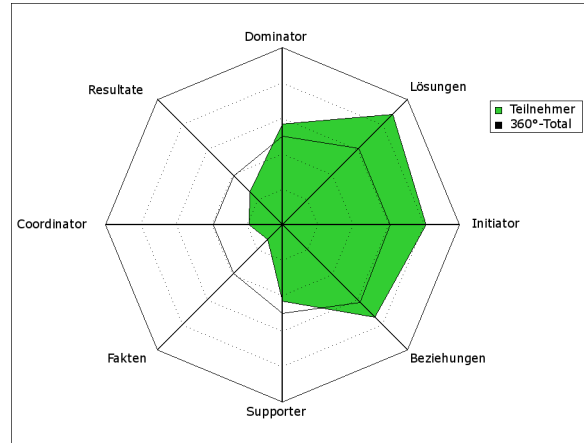
BENEFIT COACHING TEAM AG

360°-Total und Alex Zufall

Verkaufs-Strategie



Verkaufs-Umfeld



Verkaufs-Strategie

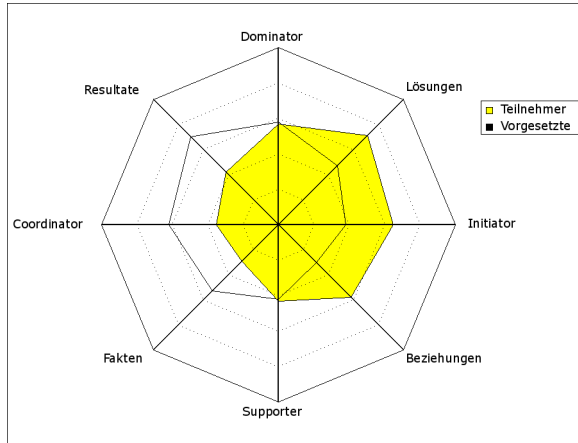
	360°	Teilnehmer	Abweichung	%
Verkaufseinstellung				
Resultate	44	42	-2	95.5
Beziehungen	57	58	1	101.8
Lösungen	55	71	16	129.1
Fakten	45	29	-16	64.4
Verhaltenstendenzen				
Dominator	49	57	8	116.3
Initiator	56	65	9	116.1
Supporter	51	43	-8	84.3
Coordinator	44	35	-9	79.5

Verkaufs-Umfeld

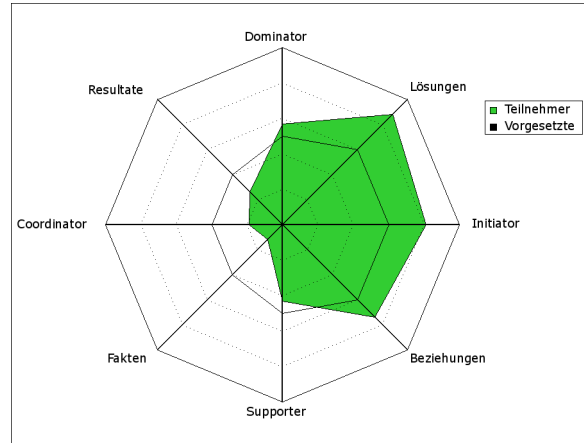
	360°	Teilnehmer	Abweichung	%
Verkaufseinstellung				
Resultate	39	26	-13	66.7
Beziehungen	62	74	12	119.4
Lösungen	61	88	27	144.3
Fakten	39	12	-27	30.8
Verhaltenstendenzen				
Dominator	50	57	7	114.0
Initiator	61	81	20	132.8
Supporter	50	43	-7	86.0
Coordinator	39	19	-20	48.7

Gruppe Vorgesetzte (1) und Alex Zufall

Verkaufs-Strategie



Verkaufs-Umfeld



Verkaufs-Strategie

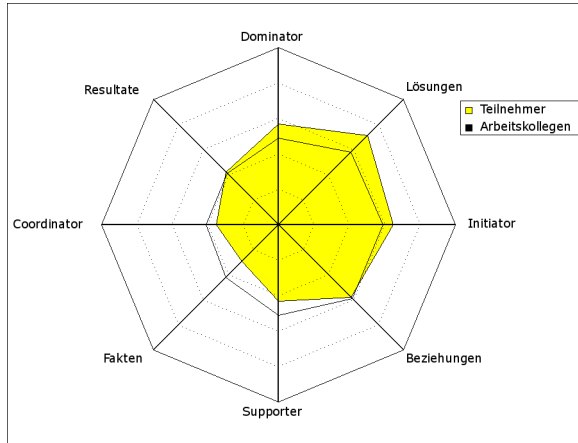
	Vorgesetzte	Teilnehmer	Abweichung	%
Verkaufseinstellung				
Resultate	70	42	-28	60.0
Beziehungen	30	58	28	193.3
Lösungen	47	71	24	151.1
Fakten	53	29	-24	54.7
Verhaltenstendenzen				
Dominator	58	57	-1	98.3
Initiator	38	65	27	171.1
Supporter	42	43	1	102.4
Coordinator	62	35	-27	56.5

Verkaufs-Umfeld

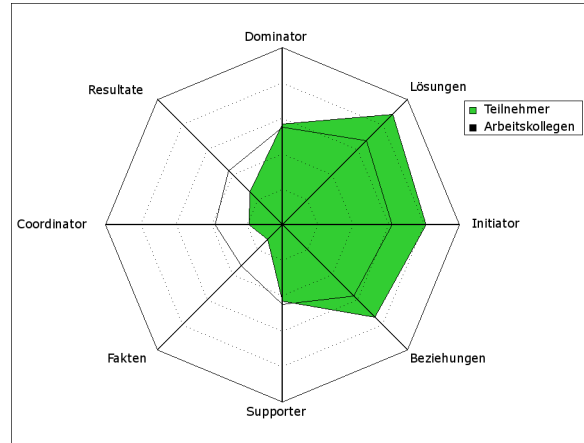
	Vorgesetzte	Teilnehmer	Abweichung	%
Verkaufseinstellung				
Resultate	40	26	-14	65.0
Beziehungen	60	74	14	123.3
Lösungen	60	88	28	146.7
Fakten	40	12	-28	30.0
Verhaltenstendenzen				
Dominator	50	57	7	114.0
Initiator	60	81	21	135.0
Supporter	50	43	-7	86.0
Coordinator	40	19	-21	47.5

Gruppe Arbeitskollegen (3) und Alex Zufall

Verkaufs-Strategie



Verkaufs-Umfeld



Verkaufs-Strategie

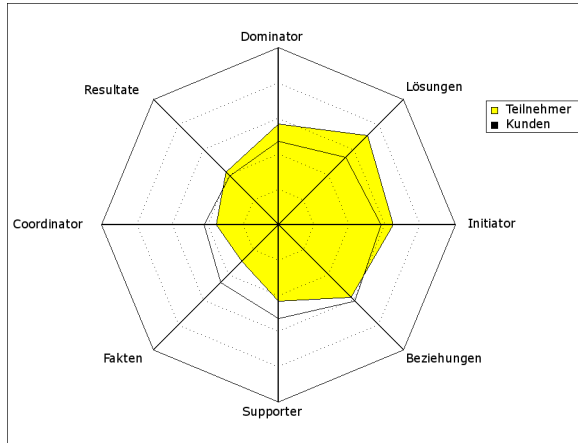
	Arbeitskollegen	Teilnehmer	Abweichung	%
Verkaufseinstellung				
Resultate	41	42	1	102.4
Beziehungen	59	58	-1	98.3
Lösungen	58	71	13	122.4
Fakten	42	29	-13	69.0
Verhaltenstendenzen				
Dominator	49	57	8	116.3
Initiator	59	65	6	110.2
Supporter	51	43	-8	84.3
Coordinator	41	35	-6	85.4

Verkaufs-Umfeld

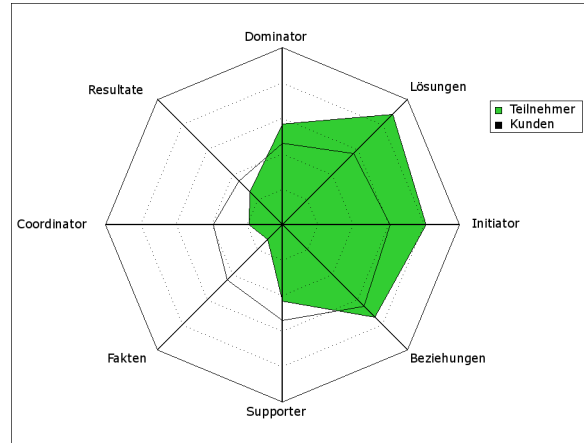
	Arbeitskollegen	Teilnehmer	Abweichung	%
Verkaufseinstellung				
Resultate	43	26	-17	60.5
Beziehungen	57	74	17	129.8
Lösungen	67	88	21	131.3
Fakten	33	12	-21	36.4
Verhaltenstendenzen				
Dominator	55	57	2	103.6
Initiator	62	81	19	130.6
Supporter	45	43	-2	95.6
Coordinator	38	19	-19	50.0

Gruppe Kunden (4) und Alex Zufall

Verkaufs-Strategie



Verkaufs-Umfeld



Verkaufs-Strategie

	Kunden	Teilnehmer	Abweichung	%
Verkaufseinstellung				
Resultate	39	42	3	107.7
Beziehungen	61	58	-3	95.1
Lösungen	54	71	17	131.5
Fakten	46	29	-17	63.0
Verhaltenstendenzen				
Dominator	47	57	10	121.3
Initiator	58	65	7	112.1
Supporter	53	43	-10	81.1
Coordinator	42	35	-7	83.3

Verkaufs-Umfeld

	Kunden	Teilnehmer	Abweichung	%
Verkaufseinstellung				
Resultate	35	26	-9	74.3
Beziehungen	65	74	9	113.8
Lösungen	57	88	31	154.4
Fakten	44	12	-32	27.3
Verhaltenstendenzen				
Dominator	46	57	11	123.9
Initiator	61	81	20	132.8
Supporter	54	43	-11	79.6
Coordinator	39	19	-20	48.7

Copyright

Copyright © BENEFIT COACHING SYSTEMS GmbH, Haldenstrasse 5, Postfach 2254, CH-6342 Baar (Schweiz). Diese Auswertung unterliegt den gesetzlichen Vorschriften des Autorenrechts; die kommerzielle Reproduktion ist untersagt. Ausgenommen ist das Anfertigen persönlicher Kopien im Auftrag der hier namentlich aufgeführten Person im Rahmen ihrer persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung.

Der Lizenzgeber und seine Partner lehnen jede Verantwortung für Konsequenzen aus unsachgemäßem oder zweckentfremdetem Gebrauch ab.