

Chronische oder akute Performance Probleme mutig und systematisch angehen

BENEFIT Sales Effectiveness Check-up®

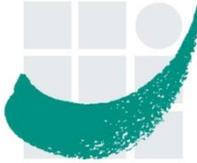
In einer Zeit, die geprägt ist von Hektik und Quotadruck, neigen speziell Verkaufsorganisationen dazu, das Tempo zu erhöhen, statt inne zu halten und nach intelligenteren Lösungsansätzen zu suchen. Meist wird durch diese Verhaltensweise die Chance verpasst, Probleme anzupacken, solange sie noch überblickbar sind sowie Handlungsspielraum und Lösungsalternativen bestehen.

Warum ist diese Verhaltensweise so häufig vorzufinden? Unsere Erfahrung zeigt, dass die Verantwortlichen den Handlungsbedarf zwar erkennen, aber meist nicht wissen, wie sie die Problemstellung angehen sollen. Verschärft wird diese Problematik durch Kapazitätsmangel für die nötigen Untersuchungen und Lösungsfindungen.

Mit dem BENEFIT Sales Effectiveness Check-up bieten wir Unternehmen ein modulares Dienstleistungsangebot, das auf die typischen Problemstellungen im komplexen Verkauf zugeschnitten ist. Der BENEFIT Kunde profitiert von folgenden Vorteilen und Nutzen:

- Konsistenter Satz von sich ergänzenden Modulen zur Leistungsüberprüfung auf den Stufen Verkaufsmodell, Prozesse und Systeme sowie Know-how für Beratung und Verkauf → schnelle und ganzheitliche Beurteilung aus einer Hand
- Bewährte Lösungsansätze zur Beseitigung von Engpässen → substantielle Zeitersparnis in Lösungsfindung und -umsetzung





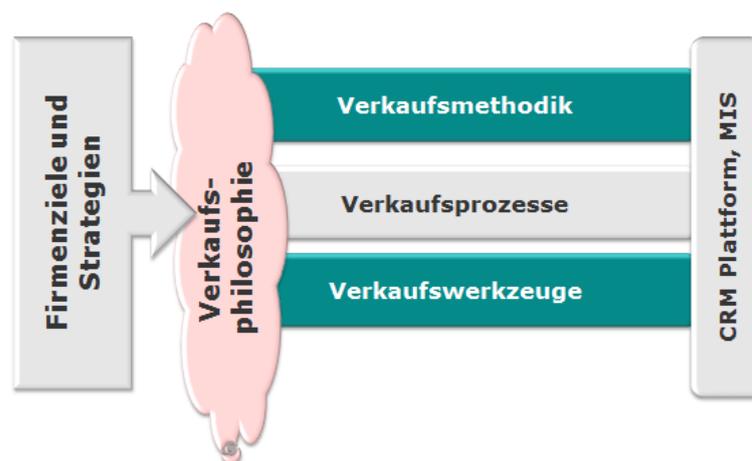
NICHT HÄRTER, SONDER KLÜGER ARBEITEN – ABER WIE?

Solange die Zahlen stimmen, macht sich die Geschäftsleitung selten Gedanken darüber, wo in der Vertriebsorganisation noch Potenziale für verbesserte Verkaufsleistungen vorhanden sind. Es wird darauf gebaut, dass bei Bedarf schon die richtigen Anpassungen angedacht und implementiert werden. Mit chronischen Engpässen hat man sich längst abgefunden. Ein genereller oder punktueller Fitness-Check wird oft zu spät gemacht, wenn die Probleme unübersehbar akut geworden sind. Folgen eines solchen Geschäftsverhaltens sind zunehmender Stress die gesteckten Ziele zu erreichen und eine schleichende Abnahme der Verkaufsproduktivität mit den bekannten und unerfreulichen Nebenwirkungen. In solchen Situationen bedarf es eines weitblickenden und mutigen Managements, die meist organisch gewachsene Vertriebsorganisation einem gezielten Check-up zu unterziehen und sich mit den Besten im Markt zu messen.

BENEFIT hat modular kombinierbare Leistungs- und Potenzialbeurteilungen geschaffen mit dem Ziel, seinen Kunden mit einer Aussensicht die

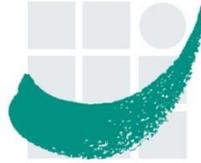
Stärken und Schwächen, aber noch mehr das verborgene Verbesserungspotenzial aufzuzeigen. Folgende Fragestellungen stehen im Zentrum der Untersuchungen:

- Wie gut ist das Portfolio für einen durch ‚Mehrwert‘ überzeugenden Verkaufsansatz für die jeweiligen Zielgruppen aufbereitet?
- Welche Vertriebskanäle, Verkaufsmethoden und -prozesse sind dafür nötig und in welchem Ausmass abgedeckt?
- Inwiefern entspricht das Verkaufsmodell den Anforderungen von Gegenwart und Zukunft?
- In welchem Ausmass schaffen es die Verkäufer, für die Ziel-/Kunden relevante ‚Business Cases‘ aufzuzeigen und sie in einer frühen Phase für ein gemeinsames Projekt zu gewinnen?
- Wie effizient kann der klassische Produktverkauf realisiert oder der geforderte Lösungsverkauf herbeigeführt werden?
- Wie gut beherrschen die Berater und Verkäufer die dafür nötigen Methoden und Werkzeuge?



Die Module sind nachstehend kurz beschrieben.





1 – 360 GRAD ‚LOST DEAL ANALYSIS‘

Ungenügende Verkaufsergebnisse kündigen sich meist mit überraschenden Verlusten von Verkaufsprojekten an. Die Ursachenforschung ist hoch politisch; der Kunde wird selten mit einbezogen und wenn, dann sagt er dem Anbieter selten die volle Wahrheit.

Die BENEFIT 360-Grad Projektverlust-Analyse umfasst folgende Fokusthemen:

- 3-dimensionale Projektqualifikation ‚post mortem‘ mit dem (meist virtuellen) Verkaufsteam
- SWOT-Analyse bezüglich Abdeckung des sog. ‚Buying Centers‘ des Ziel-/Kunden
- Erarbeiten einer Befragungsgrundlage für eine erst web-basierte Befragung von Kundenkontakten, gefolgt von selektiven, vertiefenden Interviews mit den wichtigsten Ansprechpartnern des Ziel-/Kunden
- Auswertung der Erkenntnisse und Erstellen eines Schlussberichts mit Empfehlungen für Verbesserungen zu Händen des Auftraggebers
- Präsentation des Schlussberichts an das Verkaufsteam und seine Vorgesetzten

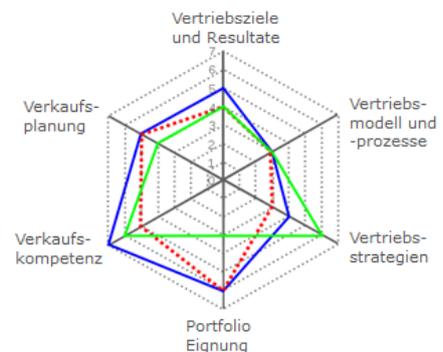
Die Vorgehensmethodik schafft die nötige Transparenz darüber, warum wichtige Projekte ‚wirklich‘ verloren wurden und welche Lehren für Verbesserungen zu ziehen sind.

2 – ASSESSMENT VON VERKAUFSMODELL UND KERNKOMPETENZEN

So wie die Märkte sich verändern, so müssen die Anbieter ihre Vertriebsmodelle und Verkaufsphilosophien rechtzeitig anpassen. Der Druck für grundlegende Verbesserungen ist speziell dann gegeben, wenn die Verkaufsproduktivität abnimmt (siehe vorstehender Abschnitt) und der Handlungsbedarf für das Top Management zunimmt.

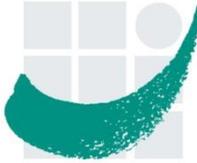
Entscheider erhalten von BENEFIT die folgenden Management Support Leistungen:

- Abgleich der Portfolio-/Bereichsstrategien mit den Anforderungen eines zukunftsorientierten und verkaufswirksamen ‚go to market‘ Modells
- Darstellung von IST gegenüber SOLL, gekoppelt mit der Priorisierung der aufgedeckten Schwächen und Chancen
- Überprüfung der qualitativen Verkaufsplanung bezüglich Verkaufswirksamkeit auf Direktionsebene und Umsetzungsfähigkeit auf Verkäuferebene
- Auswertung der Erkenntnisse und Erstellen eines Schlussberichts mit Empfehlungen für Verbesserungen zu Händen des Auftraggebers
- Präsentation des Schlussberichts an das Verkaufsteam und seine Vorgesetzten



Diese BENEFIT Beratungsleistung umfasst typischerweise 2 bis 3 Dienstleistungstage und erlaubt dem Auftraggeber, anstehende Veränderungen basierend auf einer neutralen Aussensicht zu thematisieren und die nötigen Veränderungen gezielt einzuleiten.





3 – PORTFOLIO ASSESSMENT BEZÜGLICH 'MEHRWERT-VERKAUF'

Solange die Produkte eines Unternehmens an Experten verkauft werden, sind technische Leistungsbeschreibungen und ein traditioneller Produktverkaufsansatz meist ausreichend; es sei denn, die Mitbewerber-Situation drückt auf Verkaufspreise und Marge. In solchen Situationen und wenn der Geschäftsnutzen der eigenen Produkte, Technologien oder ‚Lösungen‘ an ROI-orientierte Laien auf Direktionsstufe verkauft werden muss, ist der Verkaufsansatz konsequent auf den sog. ‚beratenden Nutzenverkauf‘ (‚consultative value selling‘ = CVS) auszurichten, was durch entsprechende Aufmachung der Angebote und Verkaufsunterlagen zu gewährleisten ist.

Zur Überprüfung der CVS bezogenen Verkaufsbereitschaft hat BENEfit eine Assessment Dienstleistung mit folgenden Fokusbereichen konzipiert:

- Analyse der Portfolio-Gruppen und der entsprechenden Käufer-/Beeinflusser-Zielgruppen (Ansprechpartner bei den Ziel-/Kunden)
- Bewertung der Verkaufswirkung von Leistungsbeschreibungen, Referenzen und ‚Value Propositions‘ für die jeweilige Käuferzielgruppe
- Bewertung der Schulungsunterlagen für die Berater und Verkäufer bezüglich Überzeugungskraft auf Stufe ‚bewertender Experte‘ und/oder auf Stufe ‚entscheidender Laie‘
- Auswertung der Erkenntnisse und Erstellen eines Schlussberichts mit Empfehlungen für Verbesserungen zu Händen des Auftraggebers
- Präsentation des Schlussberichts an das Verkaufsteam und seine Vorgesetzten

Diese BENEfit Beratungsleistung im typischen Umfang von 2 bis 3 Dienstleistungstagen

verschafft dem Auftraggeber die nötige Transparenz bezüglich käufertypdifferenzierter Verkaufsargumentation sowie betreffend des Handlungsbedarfs zur Optimierung eines auf Mehrwert fokussierten Beratungs- und Verkaufsansatzes.



Gewogen und als zu leicht befunden.





4 – ASSESSMENT DER INDIVIDUELLEN BERATER-/VERKÄUFER-KOMPETENZEN

Mehrwertorientierte und käufergruppendifferenzierende Verkaufsmodelle sind nur so gut wie die Fähigkeiten der Berater, Verkäufer und Kundendienstmitarbeiter, die unterschiedlichen Modellanforderungen abzudecken und verkaufswirksam umzusetzen. Die oft mangelnde Fähigkeit von Unternehmen die zusätzlich geforderten Denk- und Verhaltensweisen rechtzeitig aufzubauen, stellen erfahrungsgemäss einen grossen Engpass zur schnellen Umsetzung wirksamer Verkaufsmethoden dar.

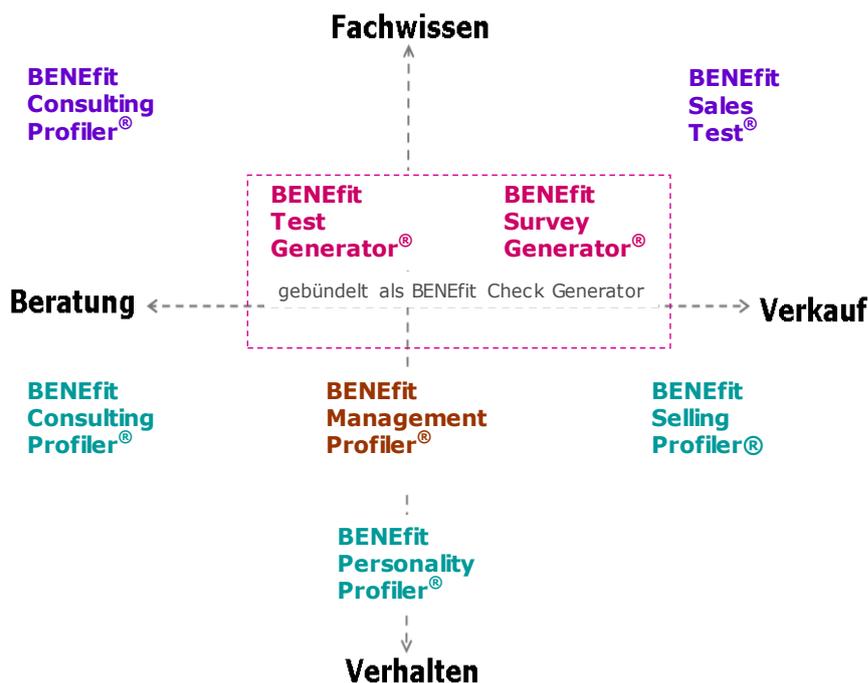
Zur Vermeidung von Investitionen in ‚falsche Mitarbeiter‘ ist es wichtig, Klarheit bezüglich der vorhandenen Beratungs- und Verkaufskompetenzen sowie allfälliger Lücken zu

erhalten, bevor kompetenzsteigernde Massnahmen eingeleitet werden.

Zur Ermittlung der je nach Verkaufsmodell oder -methodik benötigten ‚Eignung und Neigung‘ bietet BENEFIT seinen Kunden 2 verschiedene Angebote an:

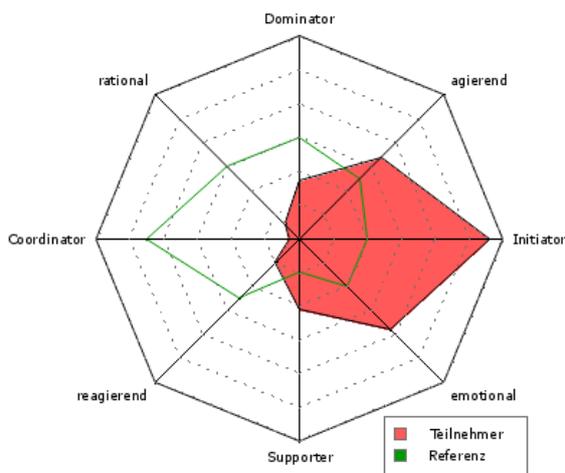
1. Team-Assessment bezüglich persönlichen Werten und bevorzugter Beratungs- oder Verkaufseinstellung im Rahmen von Veränderungsprojekten
2. Einzel-Assessment als ‚neutrale Drittmeinung‘ im Rekrutierungs- oder Beförderungsprozess

BENEFIT setzt hierfür – nebst spezialisierten Beratungsdienstleistungen – ihre bewährten online Assessment Tools ein:



BENEFIT erarbeitet vorgängig mit dem Kunden das benötigte Assessment-Szenario und unterstützt den Auftraggeber bei der Definition der notwendigen Soll-Kompetenzen bzw. Soll-Profile. Dabei werden die sachlich-fachlichen Anforderungen ergänzt durch erwünschte Verhaltenseigenschaften für die z.T. unterschiedlichen Berater- oder Verkäufer-Jobs und die einzusetzenden BENEFIT Assessment Tools® ausgewählt (siehe separate Leistungsbeschreibungen).

Nach Vorliegen der via Internet-Applikationen erstellten Assessment-Berichte werden beim Team-Assessment die Resultate mit den SOLL-Anforderungen verglichen. Der Schlussbericht an den Auftraggeber beinhaltet Empfehlungen zur Mitarbeiter- bzw. Kompetenz-Entwicklung oder zum eventuell nötigen ‚best placement‘.



Bei Einzel-Assessments werden die Kandidaten zu einem sog. ‚Sales Competence Assessment Workshop‘ eingeladen, wo sie in Gegenwart der BENEFIT Berater auftraggebergeeignete Fallstudien lösen und typische Berater-/Verkäufer-Rollenspiele machen. Die Assessment-Berichte und Fallstudien-Resultate werden anschliessend mit den Kandidaten besprochen und in einem Schlussbericht mit Empfehlungen zu Händen des Auftraggebers zusammengefasst.

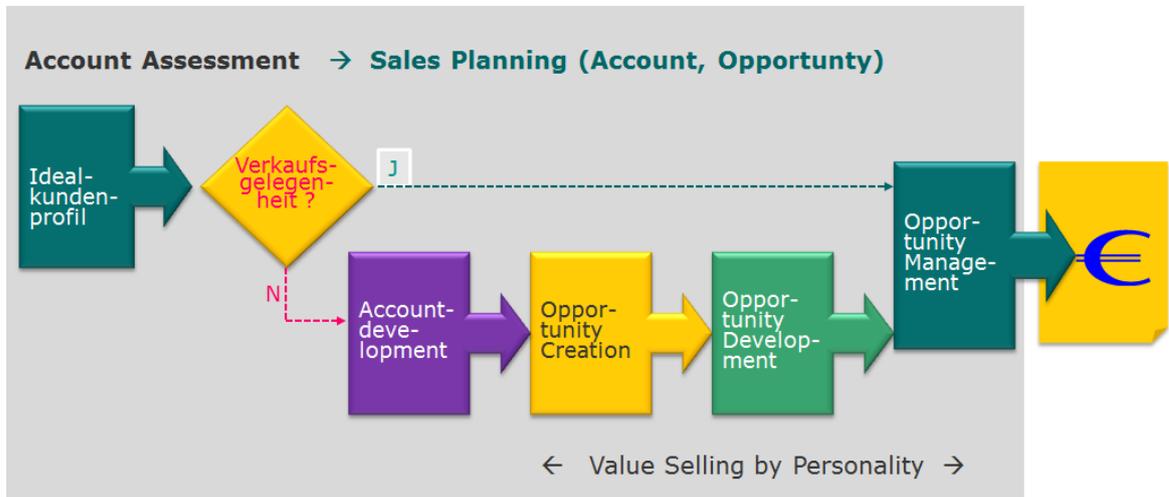
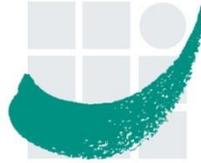
5 – VERKAUFSPROZESS-ANALYSE

Bei der Analyse der Beratungs- und Verkaufssowie Kundendienst-Prozesse gilt es festzustellen, inwiefern sie geeignet sind, das Verkaufsmodell im Sinne einer optimalen Verkaufsproduktivität umzusetzen. Die Praxis zeigt, dass die verkaufsfördernden Tätigkeiten vor der Angebotserstellung und beim Betreuen der Kunden (z.B. durch die Service Techniker) zu wenig zielführend geregelt sind, was einer systematischen Ausschöpfung des Verkaufspotenzials zuwider läuft.

Im Rahmen der BENEFIT Verkaufsprozess-Analysen untersucht BENEFIT die Vollständigkeit und Verkaufswirkung von Prozessen wie:

- Verkaufsförderung und ‚Lead Generation‘
- Qualifikation identifizierter Verkaufsmöglichkeiten (‚Opportunity‘)
- Erstellung von Account- und Opportunity-Plänen und diesbezügliche Fortschrittskontrollen zu Gunsten einer resultatorientierten Account-Entwicklung und einer hohen Abschlussrate





Die BENEfit Verkaufsprozess-Analyse® basiert auf TQM-Prinzipien und bewährten Verkaufsprozessen für eine verkaufsorientierte, ganzheitliche Kundenbetreuung. Diese Dienstleistung inkl. Erstellung eines Schlussberichts mit Handlungsempfehlungen umfasst 3 bis 5 Dienstleistungstage für eine mittelständige Vertriebsorganisation.

BENEfit: FRÜHZEITIGES AGIEREN SCHÜTZT VOR PRODUKTIVITÄTSVERLUST

Sich pro-aktiv auf pragmatische Art für eine Standortbestimmung mit strategischer Weitsicht Zeit zu nehmen, hilft Verkaufsorganisationen, intelligenter zu arbeiten und die Verkaufsproduktivität zu steigern, statt einfach nur den Druck zu erhöhen. Mit dem BENEfit Sales Effectiveness Check-up werden die Lücken zwischen Ist- und Soll-Zustand ermittelt und unausgeschöpftes Potenzial aufgezeigt. Damit sind die Voraussetzungen geschaffen, um gezielte Verbesserungen einzuführen und umzusetzen, welche die Zielerreichung erleichtern.