



VMS VM Verkaufschancen Management

Bei der Auftragsprognose / Forecast herrscht meist noch immer Intuition und Bauchgefühl vor. Oft fehlen messbare Kriterien zur klaren Bewertung der Verkaufschancen. Daher wird Zeit und Ressourcen mit Chancen vergeudet bei welchen man - mit objektiven Bewertungskriterien - von Anfang an keine echte Chance gehabt hätte.

Was Sie erreichen können:

- **Umsatzwachstum bis zu 15% durch Steigerung der aktiven Verkaufszeit**
- **Erhöhung der Forecast Trefferquote auf über 90%**
- **Senkung der Vertriebskosten um bis zu 30 %**



update.seven win / web

Das VMS Verkaufschancen Management unterstützt den Verkäufer in allen Phasen des Verkaufsprozesses und ist durch seine einfache Qualifizierungsmethode die Basis für einen sichereren Forecast Trefferquote.

Es hilft dem Vertrieb, Blindleistung zu vermeiden und so seine Aktivitäten zielgerichtet zu steuern. Es zeigt den Verkäufern und Management auf Knopfdruck den aktuellen Status jeder Verkaufschance an. Damit werden die richtigen Prioritäten gesetzt und das Stochern im Nebel hat ein Ende.

Das Kernelement ist die automatisierte Chancenanalyse zur Bewertung der Auftragswahrscheinlichkeit. Sie ermittelt auf Basis der Erfolgsfaktoren **Handlungsbedarf, Haltung, Einfluss, Anforderungen, Budget, Entscheidungszeitraum, Mitbewerber und Beziehungen** eine für jeden nachvollziehbare Chancenbewertung.

Diese Erfolgsfaktoren sind gewichtet, die Beurteilung der Kriterien erfolgt auf einer Scala von -5 bis +5 und ergibt Hinweise auf etwaige Stärken und Schwächen im Verkaufsprozess.

Damit wird die errechnete Abschlusswahrscheinlichkeit für **alle** vergleichbar – bewertet der Verkäufer in München oder der Verkäufer in Hamburg mit 3 führt es immer zum gleichen Ergebnis, zum gleichen Forecast.

Gleichzeitig erkennen Sie, welche der Erfolgskriterien bisher noch nicht erfüllt sind und erhalten so volle Transparenz bezüglich der offenen Verkaufsaktivitäten.

So werden die Chancen erhöht oder auch erkannt, dass in ein Projekt keine weitere Zeit investiert werden sollte. Diese strukturierte Vorgehensweise führt zu einer Erhöhung der Trefferquote und einer Steigerung der aktiven Verkaufszeit was zu einem Umsatzwachstum führt.

Bei dem hier vorgestellten Verkaufschancen Management handelt es sich nicht um eine Neue Methode sondern wir haben verschiedene Ideen aufgegriffen und in die CRM Suite der update Software AG, Wien implementiert.

Exemplarische Beispiele:

Der Bearbeitungsplan

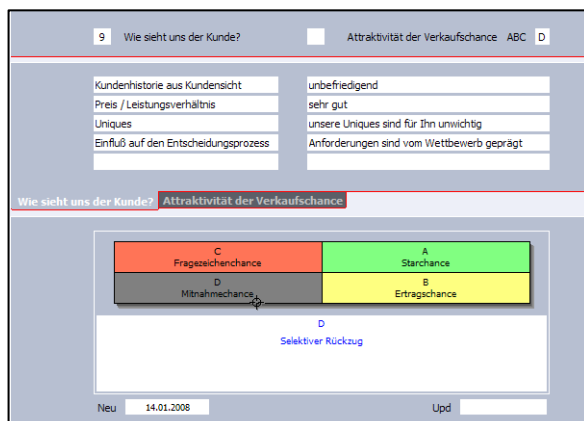
Der auf die jeweiligen Bedürfnisse des Kunden anpassbare Bearbeitungsplan führt den Vertriebsmitarbeiter wie ein Assistent durch einen strukturierten Verkaufsprozess. Er bietet für jede Phase die entsprechenden Aktivitäten. Um sicherzustellen, dass alle für den Erfolg notwendigen Aufgaben auch wirklich durchgeführt werden, erfolgt eine Workflow gesteuerte Überprüfung.

Nr.	ToDo	Datum	OK	Bearbeiter
0	Opportunity Namen / Typ erfassen	15.11.2009	✓	
1	Ansprechpartner ermitteln	15.11.2009	✓	
2	Wunschtermin ermitteln	15.11.2009	✓	
3	Investitionssumme ermitteln	15.11.2009	✓	
4	Verkaufschance bewerten			

(Abbildung Bearbeitungsplan in update.seven win)

Die Bewertung / Idealkundenprofil

Die Bewertung stellt sicher, dass die in der Regel knappen Ressourcen auch für die richtigen Verkaufschancen eingesetzt werden. Sie erfolgt auf Basis einer Portfolioanalyse und bewertet die Verkaufschance in eine A, B, C oder D Chance. Entsprechend der Bewertung erfolgt dann die Qualifizierung, die Weitergabe z.B. an Teleservice oder auch keine weitere Bearbeitung.

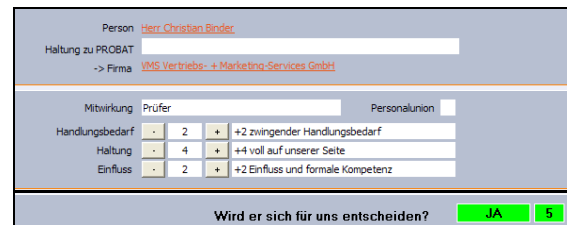


(Abbildung: Portfolioanalyse in update.seven win)

Die Kaufbeteiligten

Die Zeiten sind vorbei, in denen nur an einen Entscheider verkauft werden musste. In der

Regel wird nicht an Einzelne, sondern an ganze Gruppen von Entscheidern verkauft. Aus diesem Grunde ist es wichtig, den jeweiligen Handlungsbedarf, die jeweiligen Probleme als auch den eventuellen Nutzen und die Beziehungen **aller** am Kaufprozess Beteiligten genau zu kennen und zu bewerten.



(Abbildung Kaufbeeinflusser in update.seven win)



(Abbildung Kaufbeeinflusser in update.seven web)

So erkennen Sie auf einen Blick ob der jeweilige Beteiligte für oder gegen Ihr Angebot ist.

Die Qualifizierung

An Hand der folgenden 7 Erfolgsfaktoren erkennt der Verkäufer **die Erwartungen** des Geschäftspartners, erkennt **etwaige Risiken**, die **Priorität des Projektes** auf Kundenseite und kann dessen Kaufbereitschaft richtig einschätzen.

1. Handlungsbedarf

Existiert ein aktueller Handlungsbedarf. Welche Probleme bestehen und wie wirken sich diese aus? Was passiert wenn der Geschäftspartner nicht investiert?

2. Haltung

Wie ist die Haltung der Kaufbeeinflusser bezüglich unserem Angebot und dem vom Wettbewerb?

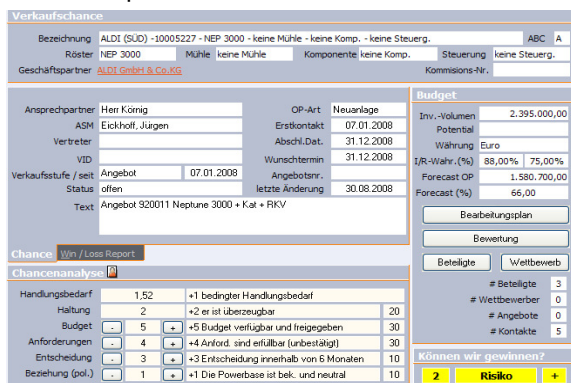
3. Einfluss

Welchen Einfluss und Kompetenz hat der Kaufbeeinflusser auf den Entscheidungsprozess?

4. Anforderungen

Welche Anforderungen bestehen und wie weit werden diese durch die angebotene Lösung

abgedeckt? Welcher Nutzen entsteht für den Geschäftspartner?



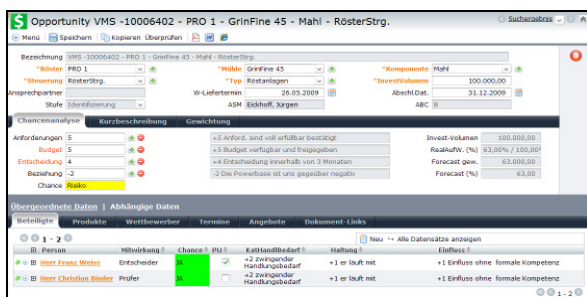
(Abbildung Verkaufschance update.seven win)

5. Budget

Ist das Budget in der erforderlichen Höhe vorhanden und wer kann es verändern?

6. Entscheidungszeitraum

Bis wann soll die Entscheidung fallen? Warum zu diesem Zeitpunkt? Was passiert bei einer Terminverschiebung?



(Abbildung Verkaufschance update.seven web)

7. Mitbewerb

Gibt es externe oder auch interne Mitbewerber?

8. Beziehung

Wer sind die wirklichen Entscheider und wie ist unsere Beziehung zu Ihnen.

Die **Beurteilung** der Erfolgskriterien erfolgt auf einer Scala von -5 bis +5 und ergibt Hinweise auf etwaige eigene Stärken und Schwächen.

Das **Ändern** der Kriterien erfolgt „workflowbasierend“, durch **einfaches Anklicken**. Dies führt zu einer realistischen Abschlusswahrscheinlichkeit, welche automatisch in den Forecast übernommen wird.

Ob die Chance zu gewinnen ist beantwortet die integrierte Chancenanalyse mit "JA", „RISKO" oder "NEIN".

So wird auf einen Blick ersichtlich, wo Risiken bestehen und etwas zu tun ist.

Der Verkaufsleiter erkennt eventuelle Risiken und kann auch Juniorverkäufer wirkungsvoll unterstützen.

Die **Forecastanalyse** veranschaulicht die kurz- und langfristige Auftragsentwicklung.

Eine **Gewinn-, und Verlustanalyse** hilft beim **Erkennen von Fehlern** und deren **Vermeidung in der Zukunft**.

Das System lässt sich flexibel an die Arbeitsweisen im Vertrieb anpassen. Dadurch wird bei den Benutzern eine **hohe Akzeptanz erreicht** und die Anwendung nicht als administrativer Mehraufwand empfunden, sondern als **Mittel zur Zielerreichung verstanden**.

Mehr Erfolg, erfüllte Erwartung

Erst die Synergie von Verkaufsmethode und Software ermöglicht die optimale Ausschöpfung der Vertriebspotenziale und erfüllen damit die Erwartungen der Geschäfts- und Vertriebsleitung bezüglich Ihrer CRM-Investitionen.

Interesse?

Gerne kommen wir zu einem unverbindlichen Beratungsgespräch.

Ihr Ansprechpartner:

Ulrich Krumb

Telefon: 06257/9350-0

mailto: ulrich.krumb@vms-gmbh.com

Wir über uns

VMS Vertriebs- & Marketing- Services GmbH

Gegründet 1996, ist ein Beratungsunternehmen, das mittelständige Unternehmen in ihrem professionellen Kundenbeziehungsmanagement (CRM) unterstützt.

Unsere Lösungen basieren auf der CRM Suite update.seven der update software AG, Wien.