

Ein Entwicklungs-Instrument für Verkäufer

Wenn Sie jemanden fragen, was denn einen guten Verkäufer ausmacht, erhalten Sie die unterschiedlichsten Antworten. Wenn Sie die namhaftesten Bücher von Verkaufs-Gurus lesen, stellen Sie fest, dass auch diese Experten sehr unterschiedliche Auffassungen darüber haben. In einigen Punkten haben sie jedoch eine grosse Übereinstimmung. Unabhängig davon, um welcher Art von Verkauf und Produkt, in welcher Situation und mit welchen Kunden ein Verkäufer aktiv ist, gibt es gemeinsame Aspekte, die für den Verkaufserfolg ausschlaggebend sind.

Genauso, wie es nicht *den Verkaufstypen, den Verkaufsstil, die Verkaufstechniken* gibt, gibt es kein allgemein gültiges Schema, um herauszufinden, was einen wirklich guten Verkäufer ausmacht.

Was guter Verkauf ist, entscheidet sich im Kontext der jeweiligen Situation und dem sich daraus ergebenden Ergebnissen auf der Sach- und Beziehungsebene. Gutes Verkaufen bedeutet somit, aus der jeweiligen Situation das Beste zu machen. Das jeweils Beste zu machen erfordert aber eine entsprechend breite Palette von Denk- und Handlungsmustern, die bei Bedarf situativ abgerufen und eingesetzt werden können. Das nennen wir Handlungskompetenz. Ein guter Verkäufer verfügt also über ein bestimmtes Mass an Handlungskompetenzen und Verhaltensflexibilität, um die strategischen Herausforderungen erfolgreich bewältigen zu können.

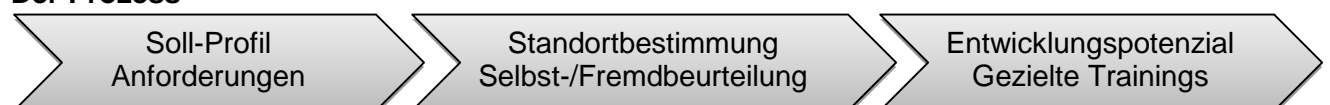
Das Konzept und das Kompetenz-Modell

	Kundenkompetenz Sich und Menschen verstehen Beziehungen aufbauen Gewinnende Kommunikation Bedürfnisse ergründen Überzeugen können	
Produktkompetenz Sortiment und Eigenschaften Nutzen und Vorteile Lösungen und Möglichkeiten Angebote und Pricing Dienstleistungen Cross-/Up-/Down-Selling	Kundensituation Handlungskompetenz Verkaufsergebnis	Verkaufskompetenz Akquisition, Neukunden Qualifizierung von Kunden Präsentation von Lösungen Einwandbehandlung Abschluss erzielen Service leisten
	Marktkompetenz Industrien, Branche Technologie, Technik, Methode Verkaufsgebiet, Regionen Zielgruppen, Wettbewerb Trends, Chancen	

Verkäufer müssen zunehmend höheren Ansprüchen genügen. Um sich als Verkäufer persönlich gezielt weiterentwickeln zu können, braucht es eine qualifizierte Standortbestimmung, die das Lernpotenzial aufzeigt.

Der **Verkaufsverstärker** ist ein Instrument, welches erlaubt, **Standortbestimmungen** durchzuführen und darauf aufbauend, Verkäufer und Verkaufsteams gezielt weiter zu entwickeln. Ausgehend von einem validierten Anforderungsprofil wird aufgrund der Ergebnisse aus der Standortbestimmung in Form einer Selbstbeurteilung sowie Fremdbeurteilung(en) das individuelle Lernpotenzial ermittelt.

Der Prozess



Der Vorteil und Ihr Nutzen liegt in der firmenspezifischen Festlegung des Sollprofils und den daraus sich ergebenden Lernpotenzialen, die Ihre Verkaufsmannschaft mit gezielten Interventionen messbar weiter bringt.

Aufbau und Struktur des Verkaufsverstärkers

Aus der Erfahrung wissen wir, dass Verkaufserfolg immer eine Mischung von verschiedenen Kompetenzen und Verkaufsstilen ist. Das Modell für den Verkaufsverstärker basiert auf folgendem Prinzip:

- Vier Kompetenz-Ebenen > Kunden, Verkauf, Produkt und Markt
- Jede Ebene hat fünf Schlüssel-Kompetenzbereiche wie im Diagramm unten dargestellt
- Jedem Schlüssel-Kompetenzbereich sind sechs Verhaltens-Indikatoren hinterlegt
- Jeder Indikator kann auf einer Skala 1-4 auf die feststellbare Ausprägung hin beurteilt werden

Kunden	Menschen	Beziehungen	Kommunikation	Bedürfnisse	Überzeugen
Verkauf	Neue Kunden	Qualifizierung	Präsentation	Einwand	Abschluss
Produkt	Eigenschaften	Nutzen	Lösungen	Angebot	Services
Markt	Ziel/Strategie	Bearbeitung	Branche	Image	Firma/Team

Die Auswahl der Verhaltens-Indikatoren basiert auf dem praktischen Verkaufsverständnis zahlreicher Verkäufer aus verschiedenen Branchen und Unternehmenstypen. Insgesamt werden somit 120 spezifische Verkaufs-Indikatoren beschrieben, von denen jeder für sich einen spezifischen Beitrag zum Verkaufserfolg beiträgt.

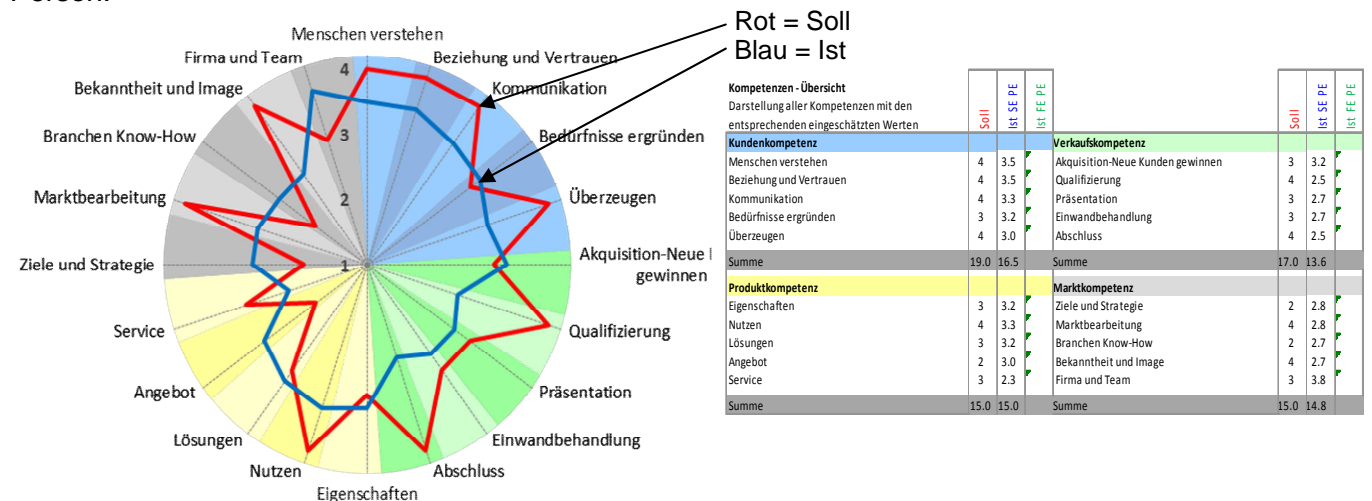
Beispiel: Sechs spezifischen Indikatoren, die im Fragebogen abgefragt und beurteilt werden:

Kommunikation	A: Ihre Körpersprache wirkt gewinnend und ist stimmig
	B: Sie reden klar, verständlich und einfach der Situation angepasst
	C: Sie können mit „Aktivem Zuhören“ im Gespräch die Kontrolle übernehmen
	D: Sie hören die verschiedene Botschaftsebenen und können entsprechend nachfragen
	E: Kundengespräche steuern Sie mit den richtigen zielführenden Fragen
	F: Sie sprechen Ihre Kunden typengerecht an

Um den firmen- und stellenspezifischen Kontext abbilden zu können, ist jedem der 120 Führungs-Indikatoren eine Wertigkeit von 1-4 zugeordnet. Damit kann funktions- oder sogar mitarbeiterbezogen das Anforderungsprofil festgelegt werden. Die Führungsperson erstellt eine Selbsteinschätzung, indem sie den Fragebogen beantwortet. Der Vergleich zwischen Sollwert, Selbstwert und Fremdwert ergibt ein Bild über die Verteilung der erwünschten bzw. tatsächlich vorhandenen Verkaufskompetenzen. Darauf aufbauend können entsprechende Entwicklungsgespräche geführt und Lernziele vereinbart werden.

Der Verkaufsverstärker ist auf der bekannten **Kompetenz-Lösung Compro+** aufgebaut. Die hinter diesem Instrument liegende Technologie ermöglicht es auf der Basis eines Browser gesteuerten Fragebogens **Selbst- und Fremdbeurteilungen** durchzuführen:

Der Verkaufsverstärker liefert wertvolle Auswertungen und Einsichten in das Verkaufsverhalten einer Person:



Nutzen Sie Möglichkeit mit dem Verkaufsverstärker die Verkaufskompetenz Ihrer Verkaufsmannschaft gezielt und feststellbar weiter zu entwickeln.