



3 TIPPS FÜR EINE AUSSERGEWÖHLICHE UMSATZSTEIGERUNG



Die grössten Fehler liegen in der Neukundengewinnung

Ein Verkäufer und ein Telesales sind zwei komplett unterschiedliche Funktionen, während ein Verkäufer typischerweise Kunden besucht und beratend sehr stark ist, ist ein Telesales beratend nicht stark, dafür verkaufstechnisch mit viel effektiveren und zeitsparenderen Mechanismen ausgerüstet.

Situation und Problematik: Es gibt viele gute Verkäufer, wenn ein Kontakt bereits besteht. Allerdings sind es auf dem gesamten Markt nur sehr wenige, die es schaffen, einen „kalten Kontakt“ herzustellen und dabei einen guten Eindruck zu hinterlassen. Zudem sind Verkäufer oft in einem Ressourcen-Engpass und haben keine Zeit für das Akquirieren neuer Kunden. Der Verkäufer erhält nirgends so schnell und so viele Absagen wie in der Kaltakquise. Wir Menschen sind evolutionsbedingt darauf programmiert, Schmerzen aus dem Weg zu gehen. Für den Verkauf zuständige Mitarbeiter konzentrieren sich wegen schlechter Erfahrungen in der Kaltakquise (vielen Absagen) lieber auf das Key Accounting oder andere Tätigkeiten. Besonders erfolgreiche Projekte zeigen, dass Kaltakquise im Verhältnis zum Verkauf mindestens 1:1, besser noch 2:1 betrieben werden muss, um einen maximalen Gewinn zu erreichen. Die Vermeidung von unangenehmen Gefühlen durch Absagen potenzieller Kunden und die mangelnde Erfahrung in der Kaltakquise, die zu noch mehr Absagen führt, ist ein Teufelskreis und bildet die grösste Lücke im Verkauf. Somit liegt hier auch das grösste Potenzial, mehr Umsatz zu generieren. Weil Telemarketing Büros oft zu wenig Branchenknowhow haben und oft unausgebildetes Personal eingesetzt wird, sind sie meist nicht in der Lage, bereits beim telefonischen Erstkontakt zu eruieren, ob Bedarf für Ihre Lösungen besteht. Für fruchtlose Termine ohne Bedarf verbringt ein Verkäufer viele Stunden mit der Vorbereitung eines Termins. Das steigert die Kosten gleich doppelt und bringt nicht den erwarteten Gewinn; dafür entstehen Kosten für die Telemarketing-Firma sowie massive Zeit- und Kostenaufwände für den Verkauf.

Folgende drei Veränderungen bringen den Erfolg

Lösung: Das richtige Personal sparen Sie nicht am Personal und setzen Sie Verkäufer ein die auch Kaltakquise erfolgreich erledigen können oder Schulen Sie Ihre Verkaufsmannschaft in Kaltakquise, es gibt ein paar wenige gute Trainer die auf das Thema Kaltakquise spezialisiert sind. Legen Sie Terminblocks an für jeden Verkäufer von mindestens 50% an denen sie nur Akquise betreiben, stören Sie Ihre Verkäufer mit nichts in dieser Zeit. Falls Sie auf Callcenter zurückgreifen möchten achten Sie darauf, dass diese eine hohe Branchen Spezialisierung haben und bei Ihnen im Haus arbeiten, lernen Sie die Person kennen die für Sie telefoniert, fragen Sie das Callcenter ob und was für eine Bedarfsanalyse sie mit dem Interessenten vor dem Termin machen. Daran erkennen Sie die Qualität der Termine.

Lösung: Das richtige Vorgehen überprüfen Sie die Ergebnisse alles unter einem Termin pro Tag ist zu wenig auch bei komplexen Lösungen. Profis machen bis 11 Termine am Tag. Diese finden Sie allerdings nicht in Callcenter, das sind seltene Coaches oder Trainer die neben Ihrer Tätigkeit auch für Kunden akquirieren. Termine zu machen reicht heute nicht mehr, wir müssen bereits am Telefon im Stande sein zu eruieren ob ein Kunde wirklich kaufen will, wenn wir das passende liefern und vor allem ob er einen Bedarf für unsere Lösungen hat. Darum ist eine gute Bedarfsanalyse und ein Verständnis für Ihr Produkt elementar. Entwickeln Sie auch hier Ihr Personal weiter die Terminqualität wird dadurch gesteigert und das wiederum spart Vertriebskosten ein.

Lösung: Das richtige Werkzeug mit dem richtigen CRM erzielt Ihr Vertriebsteam mehr Geschäftsabschlüsse mit weniger Aufwand. Ohne das richtige CRM blockieren sie den gesamten Verkauf. Beispielsweise können mit herkömmlichen CRM Lösungen rund 50 Anrufe gemacht werden am Tag mit welchen die Kaltakquise Funktionen haben 120. Die Produktivität Ihrer Verkäufer steigt um mehr als das doppelte! Customer Relationship Management Tool, kurz CRM ist für jede Unternehmung ein wichtiges Arbeitsinstrument. Viele Firmen arbeiten noch immer ohne CRM, da die Anschaffung sehr mühselig, aufwändig und teuer ist! Heute gibt es jedoch Anbieter die Ihnen eine sehr gute fertig parametrisierte Lösung für Kaltakquise und Verkauf mit einmaligen Kosten für unter CHF 5000.- zu Verfügung stellen können. Denken Sie immer daran, ein Rennfahrer kann nur so schnell fahren, wie sein Auto es zulässt. Genau so braucht der Verkäufer ein effektives CRM für Verkauf und Kaltakquise. Tipp: Fragen Sie unseren Berater . Damit haben Sie nicht nur die besten Piloten, sondern auch das schnellste Fahrzeug, um einfacher und schneller mehr Umsatz zu generieren. *Ein Beitrag von: Jérôme Fischer*