

## Checkliste Situations-Analyse im Verkauf

### 1. Verkaufsplanung

- Besteht ein Marketing-Konzept?
- Sind alle relevanten Marktinformationen (Marktkennzahlen, Marktanteile, wichtigste Mitbewerber, Zwischenhandel, Vermittler, externe Beeinflusser, Marktsegmente, Trends) vorhanden?
- Besteht eine Verkaufsplanung in schriftlicher Form?
- Besteht eine Verkaufsstrategie mit den Verkaufs-Subvariablen wie Vertreterleistung, Kundenpotential, Feldgröße, Kundenselektion, Kontaktqualität, Kontaktquantität und Kontaktperiodizität?
- Bestehen Detailpläne für primäre und sekundäre Verkaufsplanung?
- Besteht ein detailliertes Verkaufs-Budget?
- Ist ein Kontroll-System zur Überwachung der Erreichung der Verkaufsziele und Planungsvorgaben in der Verkaufsplanung integriert?

### 2. Verkaufsziele

- Werden die Verkaufsziele erreicht?

#### 2.1. Quantitative Zielsetzungen

- Umsatz- und Absatzziele
- Deckungsbetrags-Ziele
- Aufbau von Verkaufspunkten (Distributionsziele)
- Neukundengewinnung
- Kundenbesuche
- Umsatz oder DB pro Kundenbesuch
- etc.

#### 2.2. Qualitative Ziele

- Kundenzufriedenheit
  - Generelle Einhaltung des Verkaufsversprechens, interner Telefonservice, Beantwortung von Fragen, Zuständigkeiten, Korrespondenz, Angebote, Beratung des Verkaufsinendienstes, Beratung des Verkaufsaussendienstes, Lieferservice, Installation und Service, Reklamationshäufigkeit, Reklamations-Behandlung, Garantieleistungen, etc.
- Kundenbindung
- Imageförderung des eigenen Unternehmens
- etc.

#### 2.3. Beurteilung der Zielsetzungen

- Sind die Ziele klar formuliert?
- Sind die Ziele messbar?
  - Wird von einer quantifizierten Basis ausgegangen?
  - Gegenwärtiger Umsatz EUR 500'000.–
  - Gegenwärtige Reklamationsrate 5% der abgewickelten Aufträge
  - Wird die Zielerreichung mit geeigneten Massnahmen kontrolliert?
- Sind die Ziele realistisch?
  - Vergleiche mit dem Branchendurchschnitt
  - Vergleiche mit direkten Konkurrenten

**Quelle: Marketing-Checklisten-Manager**

Weitere kostenlose Checklisten gibt es unter <http://www.marketing-checkliste.de>

- Werden die Ziele terminiert?
  - Umsatzsteigerung von 10% innert 12 Monaten
- Sind die Zielsetzungen mit Verantwortlichkeiten versehen?
- Wurden die Zielsetzungen mit den Mitarbeitern gemeinsam abgesprochen?

## 2.4. Gründe für das Nicht-Erreichen von Verkaufszielen

- Welches sind die Gründe dafür, dass die Verkaufsziele nicht erreicht werden?
  - Schwaches Marketing-Konzept
  - Produkte und Dienstleistungen sind zu wenig marktgerecht
  - Nicht marktkonforme Preise und Konditionen
  - Zu kleiner Einsatz von Werbung, PR und Verkaufsförderung
  - Zu schwache Distribution
  - Mangelnde Verkaufsplanung
  - Mangelnde Verkaufsorganisation
  - Mangelnde Motivation des Verkaufspersonals
  - Mangelnde Aus- und Weiterbildung (Verkaufstechnik, Produkteschulung etc.) des Verkaufspersonals
  - Falsche Gewichtung der Verkaufsformen wie persönliche Besuche, Telefon-Marketing und schriftlicher Verkauf in Form eines Data-Base-Marketing
  - Mangelnde Verkaufshilfen
  - Fehlende oder mangelnde Kontrollmassnahmen im Verkauf

## 3. Verkaufsorganisation

### 3.1. Verkaufsleitung

- Ist die Leitungsspanne sinnvoll?
- Qualifikation der Verkaufsleitung
  - Fachliche und persönliche Qualifikationen
- Führungsstil, Führungsverhalten
- Erledigung der Führungsaufgaben
  - Mitarbeiterführung, Problemlösungen, Entscheidungen
  - Planen, Organisieren, Kontrollieren
  - Mitarbeiter/Innen-Qualifikation
- Durchsetzungsvermögen
- Einarbeitung neuer Mitarbeiter/Innen
- Mitarbeiter/Innen-Schulung
  - Wird die interne Aus- und Weiterbildung von der Verkaufsleitung sinnvoll eingesetzt?
- Mitarbeiter/Innen-Fluktuation
  - Wie ist die Mitarbeiter/Innen-Fluktuation im Vergleich zum Branchenschnitt bzw. im Vergleich zu den Mitbewerbern?
- Wird ein professionelles Key-Account-Management betrieben?

### 3.2. Verkaufs-Aussendienst

- Arbeitsleistung
  - Umsatz, Deckungsbeiträge
  - Kundenbesuche
    - Umsatz/Kundenbesuch
  - Neukundenakquisition
  - Berichterstattung, Rapportwesen
- Einstellung zur Arbeit

**Quelle: Marketing-Checklisten-Manager**

Weitere kostenlose Checklisten gibt es unter <http://www.marketing-checkliste.de>

- Fleiss
- Begeisterung
- Zuverlässigkeit
- Pünktlichkeit
- Ehrgeiz
- Bereitschaft für Aus- und Weiterbildung
- Fachliche Kenntnisse
  - Verkaufstechnik
  - Produktkenntnisse
- Soziale Kompetenzen
  - Teamfähigkeit
  - Umgang mit Mitarbeitern und Vorgesetzten
- Mitarbeiter-Motivation
  - Begeisterungsfähigkeit
  - Offen für Neues
  - Eigene Ideen, Vorschläge, Kreativität
- Loyalität zur eigenen Unternehmung
- Persönliche Erscheinung wie Kleidung und Körperpflege

### 3.3. Verkaufs-Innendienst

- Arbeitsleistung
  - Erledigung der Verkaufsadministration wie Angebote, Bestätigungen, dokumentieren von (potentiellen) Kunden
  - Beratungsqualität bei Kundenanfragen
  - Unterstützung Verkaufsaussendienst
  - Reklamations-Management
    - Schnelle und kompetente Erledigung von Reklamationen
    - Information bei Terminverzögerungen
    - Freundliche Behandlung der reklamierenden Kunden
- Selbständiges Arbeiten und Betreuen von (potentiellen) Kunden
  - Bei Nachbestellungen
  - Telefon-Marketing-Aktionen (falls nicht durch den Aussendienst)
- Information des Aussendienstes über Korrespondenz, Angebotstellungen, Nachbestellungen, Reklamationen etc.
- Einstellung zur Arbeit
  - Fleiss
  - Begeisterung
  - Zuverlässigkeit
  - Pünktlichkeit
  - Ehrgeiz
  - Bereitschaft für Aus- und Weiterbildung
- Fachliche Kenntnisse
  - Grundlagen der Verkaufsplanung und Verkaufstechnik
  - Produktkenntnisse
  - Grundlagen für die Erledigung der Verkaufsadministration
- Soziale Kompetenzen
  - Teamfähigkeit
  - Umgang mit Mitarbeitern und Vorgesetzten
- Mitarbeiter-Motivation
  - Begeisterungsfähigkeit
  - Offen für Neues

**Quelle: Marketing-Checklisten-Manager**

Weitere kostenlose Checklisten gibt es unter <http://www.marketing-checkliste.de>

- Eigene Ideen, Vorschläge, Kreativität
- Loyalität zur eigenen Unternehmung

### 3.4. Generelle Beurteilungskriterien zur Verkaufsorganisation

- Effektivität
  - Entspricht die Organisation den Markt- und Kundenanforderungen bzw. den Aufgaben und Zielsetzungen
  - Werden Doppelspurigkeiten vermieden?
  - Kann der Koordinationsaufwand (Sitzungen etc.) in Grenzen gehalten werden?
  - Treten organisatorische Engpässe auf?
- Effizienz
  - Erlaubt die Organisation eine effiziente Kundenbearbeitung, Auftragsabwicklung?
  - Werden die Arbeiten ohne grössere zeitliche Verzögerungen ausgeführt?
- Wirtschaftlichkeit
  - Wie ist das Kosten-Ertrags-Verhältnis zu beurteilen?
- Motivation/Arbeitszufriedenheit
  - Ist die Organisationsstruktur, die Ablauforganisation und das Entlohnungssystem motivationsfördernd?
  - Sind Kompetenzen, Verantwortlichkeiten und Aufgaben klar geregelt?
  - Besteht ein motivationsförderndes Qualifikations-System?
- Informationsfluss
  - Ist der Informationsfluss gewährleistet?
  - Besteht ein von Verkaufs-Innendienst und Verkaufs-Aussendienst geführtes Informations-System, welches betreffend Kundengeschichte immer auf dem neusten Stand ist?
- Flexibilität
  - Ist die Organisationsstruktur flexibel genug um auf Marktveränderungen zu reagieren?
  - Sind die Mitarbeiter flexibel genug, um auf Marktveränderungen zu reagieren?
- Personal
  - Ist die Wahl und Selektion des Personals richtig?
  - Müssen einzelne Positionen neu besetzt werden?
  - Müssen einzelne Positionen ersatzlos gestrichen werden?
- Aus- und Weiterbildung
  - Sind Aus- und Weiterbildungsmassnahmen erforderlich?
  - Werden regelmässig Verkaufsschulungen durchgeführt?

## 4. Verkaufshilfen

- Sind die Aussendienst-MitarbeiterInnen genügend dokumentiert?
  - Verkaufsdokumentation, Produkte-Flyer, Bücher etc.
- Haben die Aussendienst-MitarbeiterInnen genügend Argumentations-Hilfen?
  - Amortisationspläne, Referenzen, Muster, Modelle, Checklisten, Argumentationskataloge, Reaktion auf Einwände, Kenntnisse über das Angebot der Mitbewerber etc.
- Werden die Verkaufshilfen richtig angewendet oder eingesetzt?