

VERTRIEBSERFOLG IST PLANBAR



UMSATZZIELE ERREICHEN

Heute widmen wir uns einem Thema, das für viele im Vertrieb sehr wichtig ist. Wir gehen der Frage nach, welche Aktivitäten notwendig sind, um die geplanten und definierten Umsatzziele zu erreichen.

Dieser Ansatz umfasst folgende Schritte:

SCHRITT 1: BESTIMMUNG UMSATZ- UND ERTRAGSZIEL

Sofern nicht ohnehin vorgegeben, definieren Sie, welchen Anteil Ihres Gesamtumsatz- und Ertragszieles Sie mit bestehenden Kunden und welchen Sie mit Neukunden erreichen wollen. Bedenken Sie dabei immer, das es statistisch 7 bis 10 mal leichter ist, Umsatz bei bestehenden Kunden zu lukrieren als neue Kunden zu gewinnen. Achten Sie bitte daher besonders auf Ihre bestehenden Kunden und kümmern sich gut um diese. Denn auch diese werden von anderen Anbietern angerufen und umworben. Und wie wir alle wissen, gibt es 1000 Möglichkeiten bestehende Kunden zu verlieren!

Das Neukundengeschäft ist von der Vertriebsaufwandseite natürlich um vieles herausfordernder, aber auch notwendig. Denn

auch hier sprechen die Zahlen eine klare Sprache. Statistisch verlieren Sie jedes Jahr an die 10 % Ihrer bestehenden Kunden (branchenabhängig). Am Ende dieses Schrittes haben Sie eine Übersicht, wie viel Ihres Umsatzes Sie mit bestehenden Kunden und wie viel Sie mit neuen Kunden erreichen wollen.

SCHRITT 2: DEFINITION UMSATZ PRO KUNDE

Bei den bestehenden Kunden nehmen Sie jene Beträge an, über die Sie schon fixe Zusagen seitens der Auftraggeber haben bzw. nehmen den zu erreichenden Umsatz auf Basis von Erfahrung und Statistik an.

Damit haben Sie den Umsatzanteil der Bestandskunden definiert. Von dem gesamten Umsatzziel zählen Sie nun den Anteil der Bestandskunden ab und erhalten jenen Teil, der mit Neukunden zu erwirtschaften ist.

In weiterer Folge nehmen Sie nun einen durchschnittlichen Umsatz pro Neukunde (basierend auf Erfahrung, Statistik, ...) an und dividieren diese durch die geplante Umsatzgröße bei den Neukunden. So erhalten Sie die Anzahl der Neukunden, die Sie abschließen sollen.

STELLEN SIE SICH DAZU FOLGENDE FRAGEN:

- Welcher Umsatz ist realistisch/branchenüblich?
- Welche Vorlauf- bzw. Durchlaufzeiten im Vertrieb habe ich dabei?
- Wann kann ich bei meinem Produkt/meiner Dienstleistung den vollen Betrag in Rechnung stellen?

SCHRITT 3: HERSTELLEN VON VERHÄLTNISSEN

Jetzt wird es spannend! Sie wissen nun die Anzahl der Neukunden, die Sie gewinnen wollen. Gehen Sie bitte Schritt für Schritt folgende Punkte durch.

- Anzahl der notwendigen telefonischen Kontakte, um zu einem persönlichen Termin zu kommen!
- Anzahl der notwendigen persönlichen Termine, um zu einem Angebot zu kommen!
- Anzahl der notwendigen Angebote, um zu einem Abschluss zu kommen!

ERFOLG SCHREIBT MAN MIT T-U-N

FOLGENDES BEISPIEL SOLL HELFEN,
DEN PROZESS DARZUSTELLEN.

- Um einen Auftrag abzuschließen, brauchen Sie (angenommen) 3 Angebote.
- Um ein Angebot zu stellen, brauchen Sie 2 persönliche Besuche, d.h. wir suchen 6 potentielle Neukunden im Zuge von persönlichen Besuchen auf.
- Und um einen persönlichen Termin zu vereinbaren, benötigt es z.B. 3 Telefonate.

Somit sind wir auf 18 Telefonaten, um einen Auftrag abzuschließen. An dieser Stelle sei noch einmal erwähnt, dass die Zahlen natürlich branchenüblich stark variieren können.



Wenn Sie nun die Anzahl der Neukunden mit der Anzahl der zu führenden Telefonate für einen Auftrag multiplizieren (z.B. 10 Neukunden à 10.000 Euro um Ihren Umsatzanteil im Bereich Neukunden zu erreichen), bedeutet das, dass Sie an die 180 Telefonate führen müssen, um Ihr Umsatzziel zu erreichen.

Dieses Zahlenwerk soll Ihnen ein Gefühl geben, welche Kontakte Sie brauchen, um Ihre gesetzten Ziele zu erreichen. Somit sind Sie schon auf dem richtigen Weg. Berücksichtigen Sie dann auch noch die alte Vertriebsregel, die besagt: Erfolg schreibt man mit T-U-N, dann kann man Ihnen quasi schon vorab zu Ihrem erfolgreichen Vertriebsjahr gratulieren.

Wenn Sie dazu Fragen haben,
rufen Sie mich einfach an.
Ich freue mich von Ihnen zu hören.

Mag. Martin Frohn

Geschäftsführender Gesellschafter des AVL-Instituts

E-Mail: m.frohn@avl-institut.at

Handy: +43(0) 664 / 215 40 25



AVL-INSTITUT
Beratung.Training.Kommunikation GmbH
A-4114 Neuhaus 9
Tel: 07232/3065-0
www.avl-institut.at

■ Analysieren ■ Verstehen ■ Lösen