

SALES PERFORMANCE COACHING

IHRE HERAUSFORDERUNG

Der hohe Markt- und Umsatzdruck zeigt zunehmend, dass die Ausrichtung Ihres Vertriebs für ihre Wachstumsambitionen nicht mehr ausreicht. Die operative Last führt zu folgenden Herausforderungen:

- Opportunistische statt strategischer Handlungsweise
- Mehr reagieren als agieren – Dringlichkeit anstatt Leadership bestimmt die Agenda
- Inkonsistenz oder mangelnde Konsequenz beim Verfolgen der Zielsetzungen
- Nachhaltige Kundenbetreuung bedroht (Generationenwechsel, Fluktuation, Neuausrichtung)

Folglich liegt Umsatzpotenzial brach und es entstehen laufend Stress-Situationen, mit Risiken für Ertrag und Kundenzufriedenheit. Schulungen brachten bislang wenig Erfolg, da der Stoff in der operativen Flut unterging.

UNSER LÖSUNGSANSATZ

Das Sales Performance Coaching besteht aus mehreren, ineinander verzahnte Komponenten. Auf diese Weise werden die oben genannten Herausforderungen konsequent adressiert:

Scoping

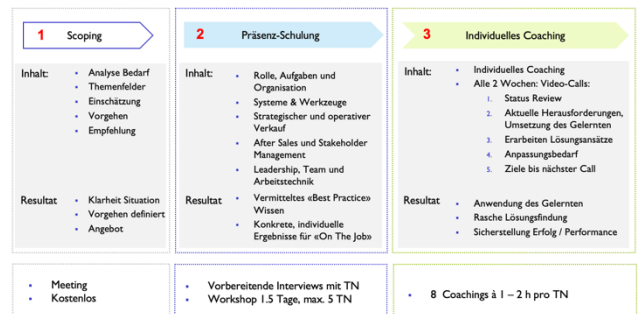
Das Scoping schafft Klarheit über Ihre spezifische Situation im Verkauf sowie den konkreten Bedarf an Wissensvermittlung und Training.

Präsenz-Schulung

Im Präsenzunterricht werden Best Practices des strategischen und operativen Account Management aus 20 Jahren Erfahrung vermittelt. Es wird auf die individuelle Situation jedes Teilnehmers eingegangen und es werden konkrete Ergebnisse erarbeitet, die sofort «On The Job» verwendet werden können.

Individuelles Coaching

Im Anschluss werden die Teilnehmer während mehreren Monaten zweiwöchentlich ein Coaching von 1 bis 2 Stunden individuell betreut; dabei wird die effiziente Anwendung der erlernten und erarbeiteten Inhalte und Mittel sichergestellt, persönliche Herausforderungen im Daily Business werden besprochen und gemeinsam idealen Lösungen zugeführt.



IHR VALUE

- Strategische Pläne und Umsetzungsstrategien werden etabliert, die durch konsequentes, strategisches Kundenmanagement und stärkere Kundenbindung einen höheren, langfristigen Ertrag (Up-Selling, Cross-Selling) sicherstellen
- Weniger Kosten durch weniger Leerlauf und Vermeidung operativer Hektik
- Proaktives Stakeholder-Management bringt ihren Verkauf in den «Driver Seat» - gegenüber Kunden wie auch intern.