

The image features a close-up of a hand turning a circular knob labeled 'LEADS'. The knob has a glowing blue ring. In the background, a gauge labeled 'SALES' is visible, with a needle pointing towards the 'HIGH' mark. The gauge has a scale from 'NO' to 'MAX' with intermediate labels 'LOW', 'MED', and 'HIGH'. A semi-transparent blue banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'OPTIMIERUNGSPOTENZIALE DER VERTRIEBSWEGE'.

OPTIMIERUNGSPOTENZIALE DER VERTRIEBSWEGE

WORKSHOP | CLEANING/CLINIC, FACILITY SERVICE

Vom reaktiven zum aktiven Vertrieb im Mittelstand:

- Wie können wir den Markt besser bearbeiten?
- Was hindert Sie heute daran, aktiv den Markt zu bearbeiten?
- Was benötigt der Vertrieb zur Unterstützung, um das zu ändern?

A large target with concentric rings is the central focus. Four arrows with red fletching are shown hitting the bullseye. The background is a bright blue sky with soft white clouds. A semi-transparent blue rectangle is positioned over the lower-left part of the target, containing the text 'ZIELKUNDENANALYSE'.

ZIELKUNDENANALYSE

1. ZIELKUNDENANALYSE:

- Qualitative Selektion der Zielkunden in Abstimmung mit der Operativen
 - Einzugsgebiet
 - Dienstleistungsstärken/Branchen
 - Beziehungsmanagement
 - Datenrecherche – Ansprechpartner und Unternehmen
- Angebotsprozess abbrechen/Anfragen ablehnen

Ressourcen effizienter nutzen

A close-up photograph of a chessboard with various pieces. A semi-transparent blue banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'WETTBEWERBSANALYSE'.

WETTBEWERBSANALYSE

3. WETTBEWERBSANALYSE:

- Analyse der Wettbewerbssituation in der Region
- Identifizierung von Wettbewerbsvorteilen und Alleinstellungsmerkmalen
- Aktuelle „Schwächen“ vom Wettbewerb nutzen
- ToDo:
 - Online Recherche
 - Interner Austausch (Kollegen, Operative)
 - Informieren über Fachpresse/ Fachveranstaltungen
 - Anmeldungen Newsletter
 - Kontaktpflege zu unseren Lieferanten

Erkenntnisse für persönliche Zielkundenliste



ÖFFENTLICHKEITSARBEIT DES VERTRIEBS

4. ÖFFENTLICHKEITSARBEIT DES VERTRIEBS:

- Diversifizierung auf Social Media
 - Operative Kompetenzen nach außen darstellen
 - Optimierung von Aktivitäten des Vertriebsteams
- regionalen Fachmessen
 - Qualifizierung der Messen
 - Messeauftritt (Messestand/Fachvorträge/Podiumsdiskussion)
- Gewinnung Verkaufsmultiplikatoren (Networking)
 - Beziehungsmanagement zu Beratern, Lieferanten und Immobilienunternehmen
 - Veranstaltungen in der Region
 - Unterstützung sozialer und nachhaltig regionaler Projekte

Besserer Bekanntheitsgrad und optimiertes Image



INTERNER VERTRIEBSPROZESS

12. INTERNER VERTRIEBSPROZESS:

- Zeitmanagement
 - Automatisierung von Grundprozessen (Kalkulation & Konzepten)
 - Zielgerichtete Zusammenarbeit mit dem Innendienst
- Kommunikation
 - monatlicher Teammeeting der VKL's
 - Quartalsweise Teammeeting mit dem Innendienst
 - Noch engere Zusammenarbeit mit Niederlassungen
 - Regelmäßiger Austausch mit den Gewerken (Security, Catering)
- Datenpflege
 - CAS
 - Referenzen und Kundenlisten
 - Auswertung Wired Minds

Bessere Markttransparenz und höhere Erfolgsquoten