



# „Wie vermeiden wir (zu viele) erfolglose Sales Pitches?“

Ergebnisse aus dem Workshop zum Nationalen VKL-Meeting

Vertriebsteam Security



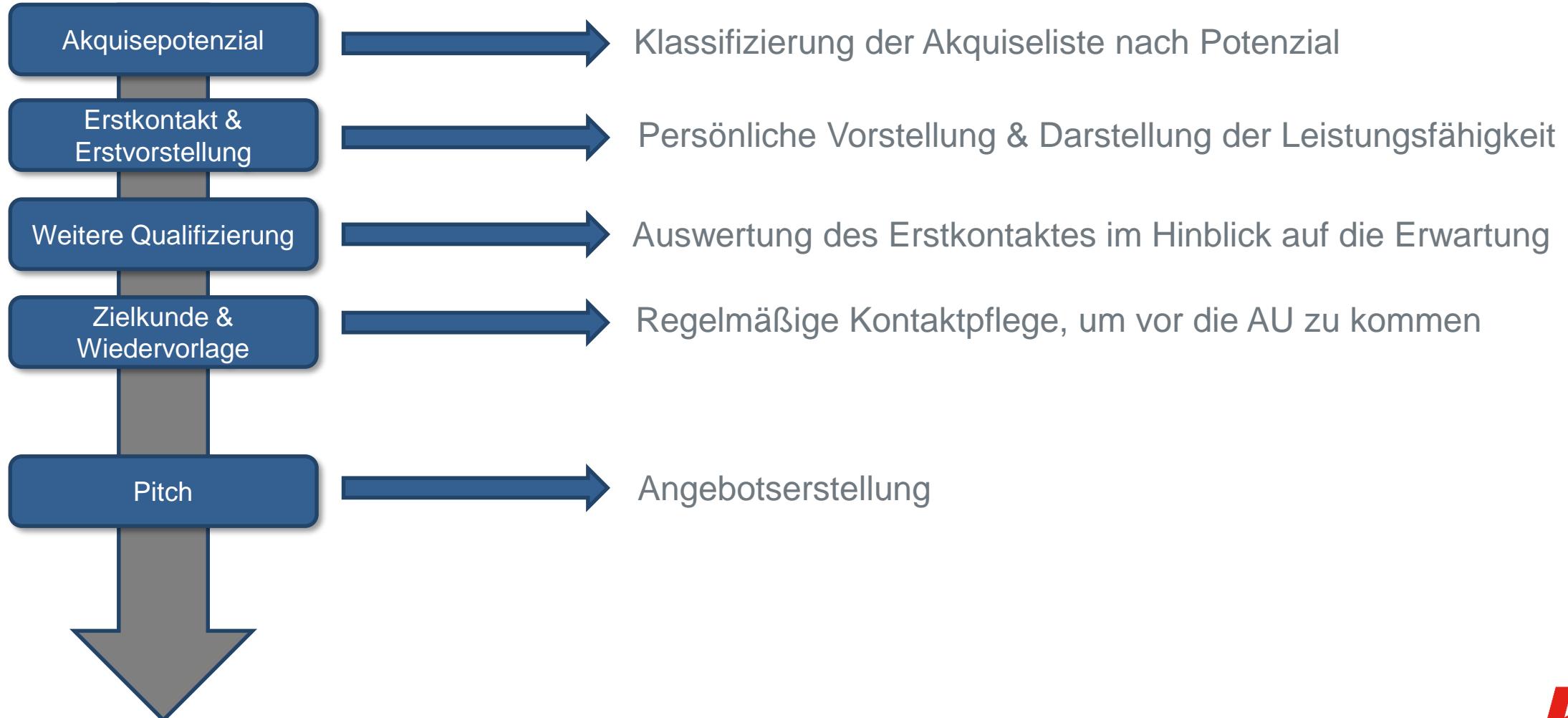
# OPTIMIERUNG DER VERTRIEBLICHEN RESSOURCEN

„Wir verwenden zu viele Ressourcen um das Angebotsvolumen quantitativ zu erhöhen!

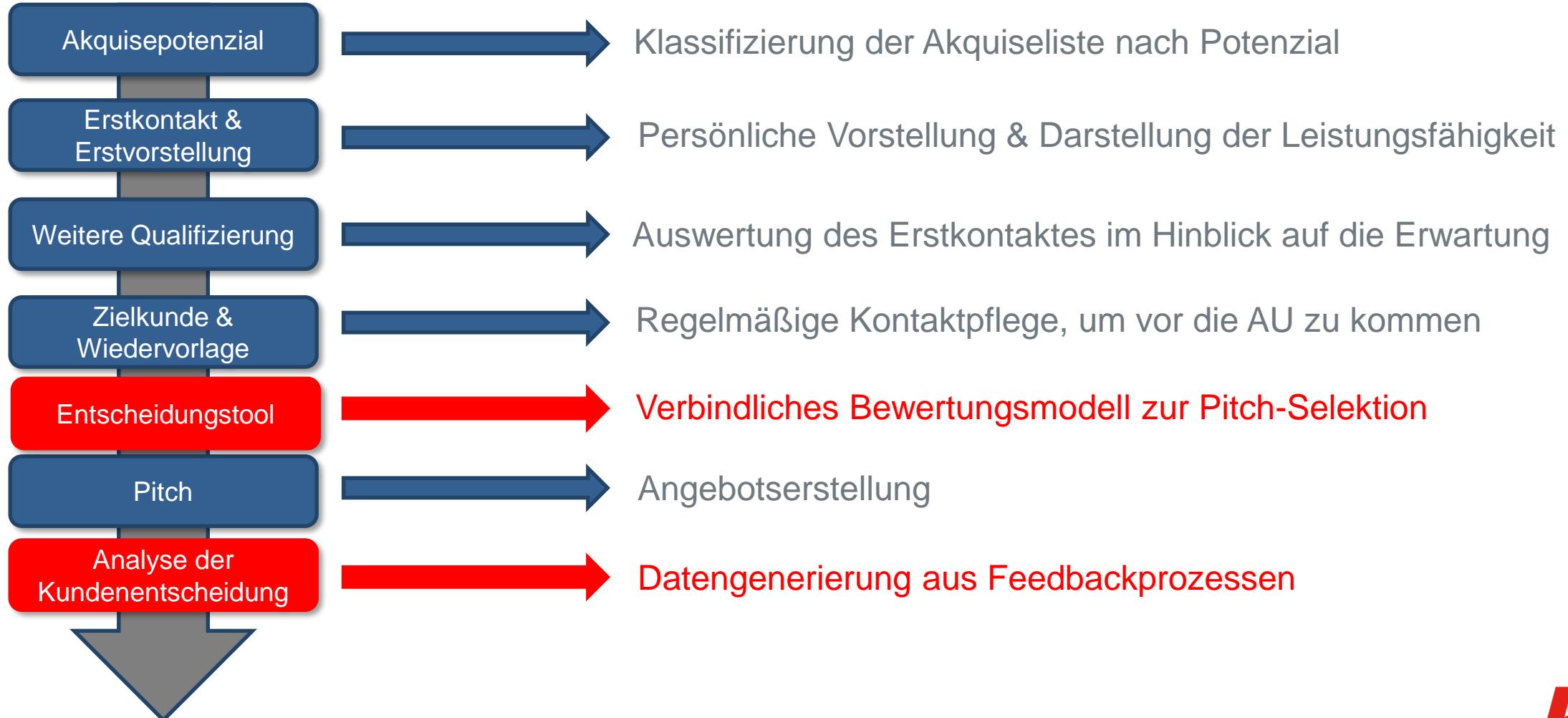


„Wir müssen das Angebotsvolumen qualitativ verbessern, um mit realistischer Wahrscheinlichkeit den Zuschlag zu bekommen.“

# HERAUSFORDERUNGEN IM VERTRIEBSPROZESS - STATUS



# HERAUSFORDERUNGEN IM VERTRIEBSPROZESS - **WORKSHOP**



# SYSTEMATISCHE SELEKTION VON PITCHES

## Neues Tool: Projektbewertung

# SYSTEMATISCHE SELEKTION VON PITCHES

Neues Tool: Projektbewertung

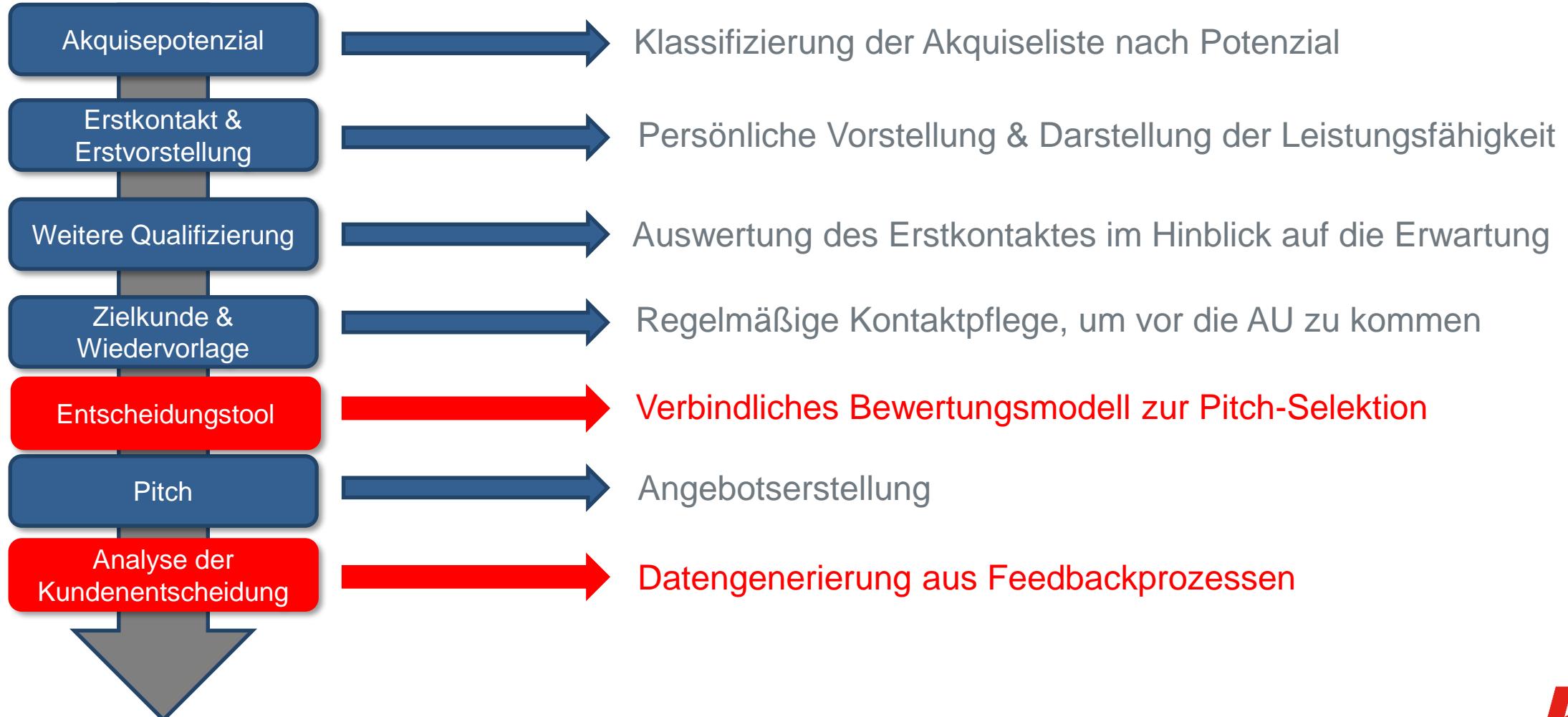
ANALYSE		
QUALITATIVE VORPRÜFUNG		
Inwiefern haben wir die Ausschreibung proaktiv beeinflußt?		Subjektiv A, B oder C eintragen >>>>>
Enthält die Ausschreibung unsere Klüh-Stärken? WARUM sollten wir uns an der Ausschreibung beteiligen?		Subjektiv A, B oder C eintragen >>>>>
Können wir (ein) Nebenangebot(e) legen? Wie können wir KONZEPTIONELL performen?		Subjektiv A, B oder C eintragen >>>>>

# SYSTEMATISCHE SELEKTION VON PITCHES

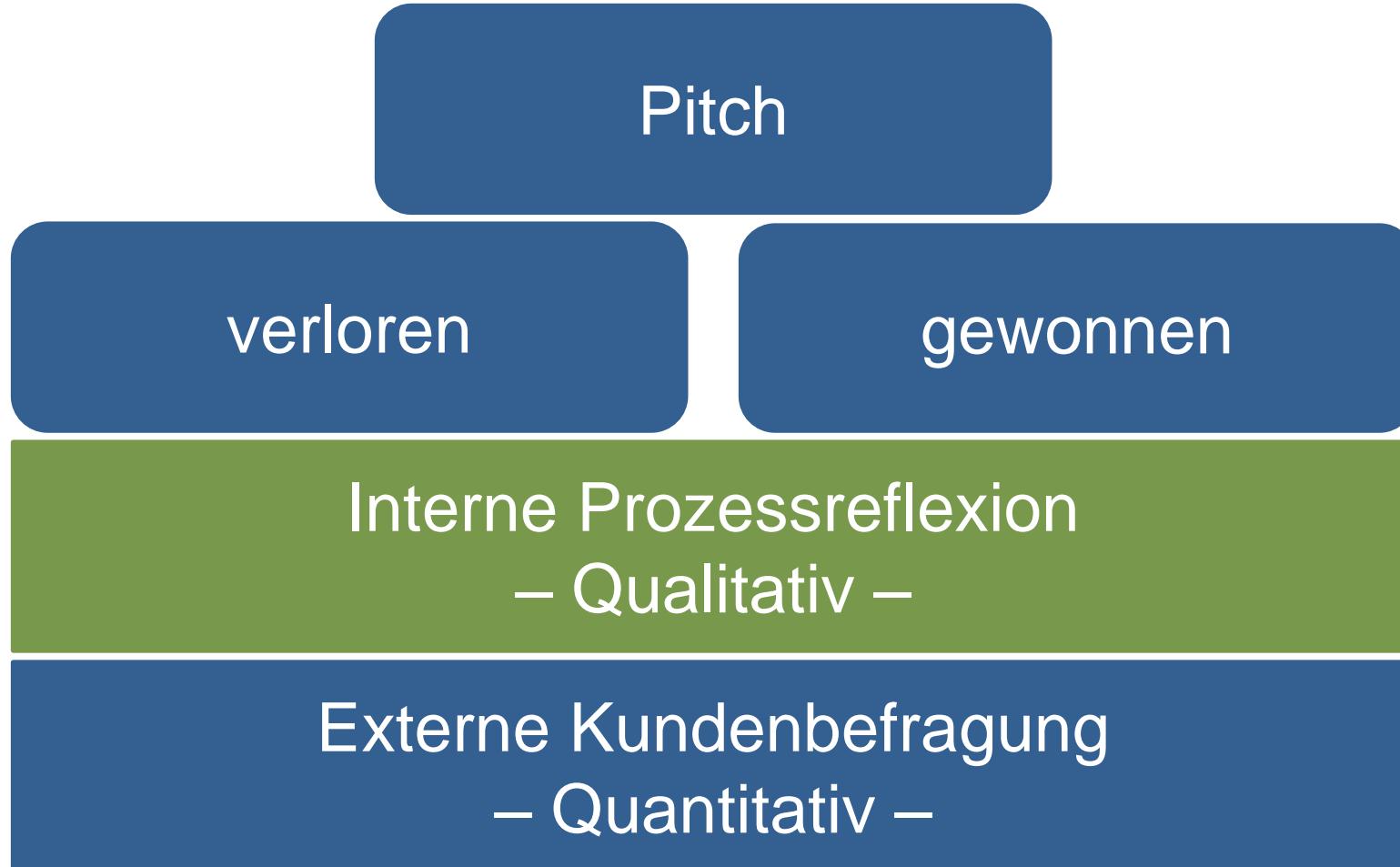
Neues Tool: Projektbewertung

QUANTITATIV			0 Punkte			1 Punkt			2 Punkte			Anmerkungen		
OPERATIV			NL > 150km			75-150km			NL < 75km					
Regionale Umsetzbarkeit (km-Angaben sind ca.)			0%			75%			100%					
Eigenleistungsquote (exkl. Kapazitätsspitzen)			nein						ja					
Subunternehmer zulässig														
Zeitraum zwischen Zuschlag und Vertragsbeginn			< 2 Monate			<3 Monate			>=3 Monate					
Begehung möglich			nein						ja					
KALKULATORISCH			0 Punkte			1 Punkt			2 Punkte					
Jahresumsatz in €						> 250 TEUR			> 500 TEUR					
Festpreisbindung			> 2 Jahre			1-2 Jahre			keine					
Preisgleitklausel Faktor						0,9			>0,9					
Vergabekriterium Preis			100%						< 30%					
VERTRIEBLICH			0 Punkte			1 Punkt			2 Punkte					
Bestandskunde Klüh Unternehmensgruppe			nein						ja					
Öffentlicher Auftraggeber			ja						nein					
Wechselwille des Kunden			nein						ja					
Qualifizierter Zugang zu Entscheidern			nein						ja					
Referenzsituation vor Ort			keine						gegeben					ggfs. benennen
FREIGABE						Punkte_Mind			Punkte_Ist			Punkte_Max		
durch		am	nicht notwendig			9	7	5	operativ			0		10
Bieling	GF					6	5	4	kalkulatorisch			0		8
Horstmann	GF					9	7	5	vertrieblich			0		10
0	NLL					24	19	14	Summe			0		28
Theobald	KSM					A	B	C						

# HERAUSFORDERUNGEN IM VERTRIEBSPROZESS - **WORKSHOP**



# ANALYSE DER VERGABE-/ KUNDENENTSCHEIDUNG



# ANALYSE DER VERGABE-/ KUNDENENTSCHEIDUNG

## Interne Analyse bei Absage

### Phase: Erstkontakt bis Beginn Vergabeprozess

Ansprechpartner =  
Entscheider

Ja/Nein;  
Gut/Schlecht

Bedarfsermittlung

Ja/Nein;  
Gut/Schlecht

Beziehungsaufbau/ -pflege

Ja/Nein;  
Gut/Schlecht

Sympathie/Empathie/  
Gemeinsamkeiten

Ja/Nein;  
Gut/Schlecht

Einflussnahme vor der  
Ausschreibung

Ja/Nein;  
Gut/Schlecht

### Phase: Vergabeprozess

Kommunikation mit  
Entscheidenden

Ja/Nein;  
Gut/Schlecht

Objektbegehung

Ja/Nein;  
Gut/Schlecht

Bietergespräche

Ja/Nein;  
Gut/Schlecht

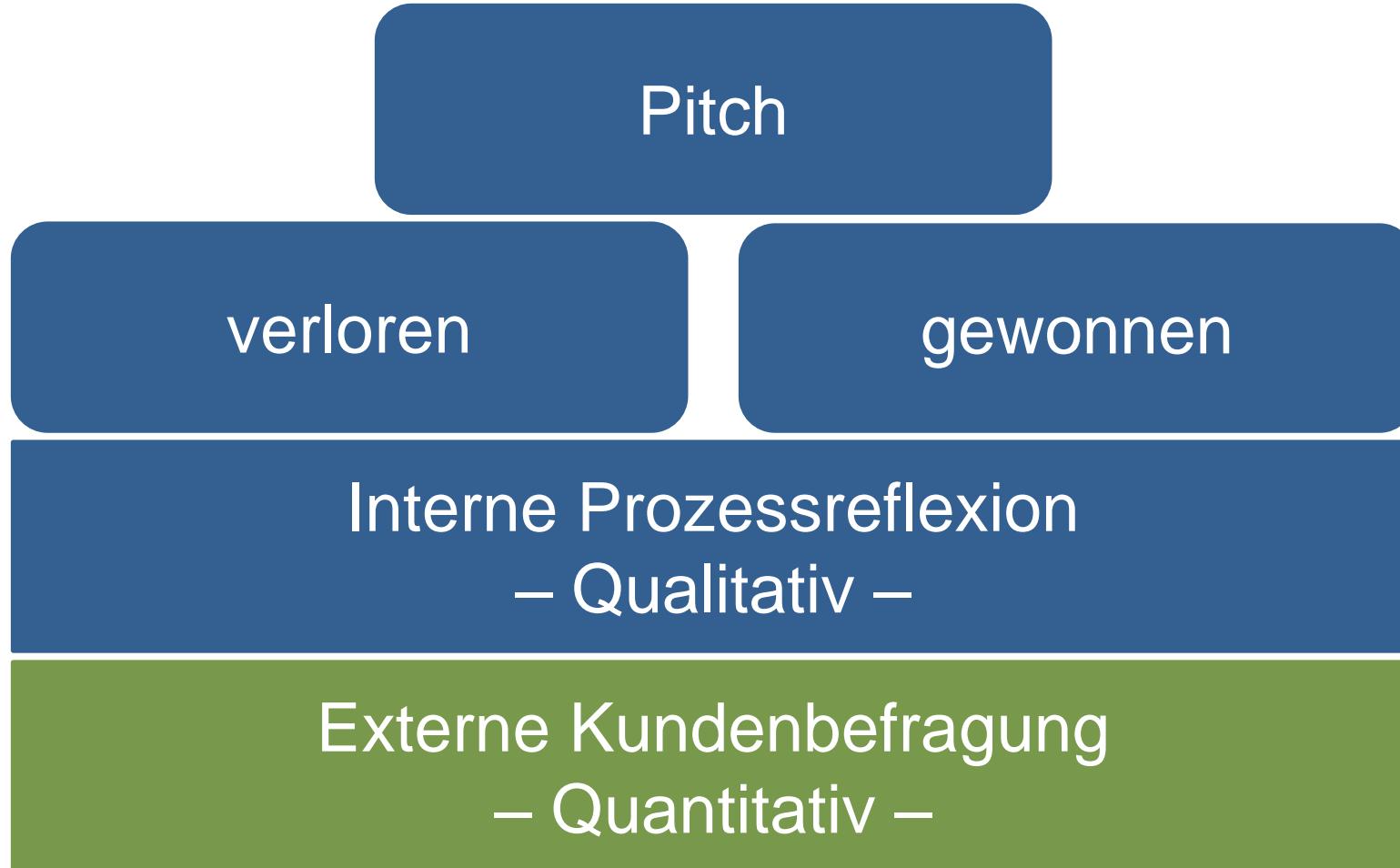
Kundenziel

Ja/Nein;  
Gut/Schlecht

Einflussnahme während  
des Prozesses

Ja/Nein;  
Gut/Schlecht

# ANALYSE DER VERGABE-/ KUNDENENTSCHEIDUNG



# ANALYSE DER VERGABE-/ KUNDENENTSCHEIDUNG

## Kunden-Feedback

Kriterium	Kundenbewertung
Allgemeines Auftreten der Klüh Security	
Wahrgenommene Fachkompetenz	
Haben wir Ihre Anforderungen verstanden?	
Haben wir Ihre Anforderungen konzeptionell umgesetzt?	
Preis	
Haben Sie unsere angegebenen Referenzen kontaktiert?	Ja/Nein
Ihr individuelles Feedback	...freies Eingabefeld...
Kurzes telefonisches Feedback-Gespräch?	

# HERAUSFORDERUNGEN IM VERTRIEBSPROZESS - **WORKSHOP**

