



A blue-tinted photograph of a busy city street. In the foreground, a large, white, lowercase 'sale' sign is superimposed over the image. The background shows a crowd of people walking, some carrying bags, and a building with a glass facade. The overall scene is a busy urban environment.

sale

## PROFESSIONELLER VERKAUF



Der Verkauf ist die Umsetzung aller unternehmerischen Tätigkeiten – die Stunde der Wahrheit. Investieren Sie genügend Zeit und Kraft in diese entscheidende Funktion? Hat der Verkauf in Ihrem Unternehmen jenen Stellenwert, den er haben müsste? Oder glauben Sie, dass durch geeignete Programme hier wesentliche Verbes-

serungen realisiert werden könnten? Über 80% der in einer Langzeitbeobachtung untersuchten Unternehmen sehen große Optimierungsreserven in ihrem Verkauf.

Wir unterstützen Sie bei der Professionalisierung Ihres Verkaufs.

## KUNDENPOTENZIALE BESSER NUTZEN



Bestehende Kunden mit zusätzlichem Potenzial sind die erste Wahl bei der Optimierung der Verkaufsleistung. Kennen Sie das Potenzial Ihrer Kunden wirklich? Und was tun Sie, um es optimal zu nutzen?

Wir zeigen Ihnen wie Sie Potenziale erkennen und auszuschöpfen können. Mit einem scharfen Auge für ungenutzte Möglichkeiten, das erstaunliche Resultate hervorbringt.

## KUNDENABGÄNGE VERRINGERN



Jeder rentable Kunde, den Sie aus eigenem Verschulden verlieren, ist eine Niederlage. Die Kundenabgangs-Quote ist eine wichtige Kennzahl. Vor allem dann, wenn es teuer wird, den abwandernden Kunden durch Neukundenakquisition zu kompensieren. Es gilt, einen Kreislauf von zunehmender Abwanderung und steigendem Aufwand für Neukunden-Gewinnung auf jeden Fall zu vermeiden.

Um die Quote an Kundenabgängen zu reduzieren, sind mehrere Ansätze denkbar:

- Früherkennung von Unzufriedenheit
- Aktive Steuerung der Kundenloyalität
- Kundenfreundliche Bindungsprogramme
- Reklamations-Management
- Kunden-Rückholaktionen

Inserate

Mailings

Newsletter

Aufforderung zur Reaktion

Telefonmarketing

Offerte 1 Seite

Abschlussquote  
ohne Nachfassen (in%)

Abschlussquote  
mit Nachfassen (in%)

Controlling des  
Verkaufserfolgs

## NEUE KUNDEN GEWINNEN

Jedes Unternehmen braucht neue Kunden. Der wirtschaftliche Wert einer neuen Kundenbeziehung gibt den Aufwand vor, der in der Neukundengewinnung betrieben werden darf. Davon ausgehend entwickeln, testen und verfeinern wir das bestmögliche Konzept für Ihre Neukunden-Gewinnung.

# VERKÄUFERLEISTUNG STEIGERN

**Kundenanfragen  
provozieren**

**Aktiv Erstkontakte  
herstellen**

Kunde kommt auf uns zu

Wir gehen auf Kunden zu

**Kunde hat Bedarf  
und will kaufen**

**Unser Angebot**

**Kundennutzen**

**Problemlösung**

**Den Auftrag holen**

Die entscheidende Frage beim Verkaufen ist: „Wer macht den ersten Schritt: Wir oder der Kunde?“

Beide Verkaufswege müssen professionell angegangen werden:

- Was ist zu tun, um dauerhaft ausreichend Kundenanfragen zu schaffen und aus diesen gute Aufträge zu generieren?
  - Wie können wir einen chancenreichen Erstkontakt zu einem potenziellen Kunden herstellen?
  - Wie wird aus einem Erstkunden ein Stammkunde?

# ST. GALLER VERKAUFS-PROZESS



## **1. Verkaufs-Modell**

Die Analyse: Wer verkauft was und wem für welche Bedürfnisse, über welche Absatzkanäle, wann, wo und in welchem Wettbewerbsumfeld?

## **2. Heutige Verkaufsstärke**

Wo sind wir stark, wo schwach? Ideen zum Ausbau der Stärke im Verkauf

## **3. Mehr Umsatz mit bestehenden Kunden**

Realisierung eines Programms zur Nutzung der Potenziale bestehender Kunden

## **4. Neue Kunden gewinnen**

Realisierung eines Programms zur Neukunden-Akquisition

## **5. Kundenabwanderung reduzieren**

Realisierung eines Programms zur Reduktion der Kundenabgänge

## **6. Umsetzungs-Programm**

Realisierung eines Programms zur Optimierung der Verkäuferleistung



ST. GALLEN CONSULTING®

St. Gallen International Management Consulting  
Tellstrasse 18 • CH-9000 St. Gallen • Switzerland  
Fon +41 (0) 71 222 14 00 • Fax +41 (0) 71 222 14 03  
consulting@sgimc.ch • www.sgimc.ch