

Effektivitätscheck für Vertriebsleiter

Auf den nächsten beiden Seiten finden Sie Fragen, die aus unserer Sicht für eine Führungskraft im Vertrieb eine hohe Praxisrelevanz haben.

Im Ergebnis erhalten Sie einen Eindruck davon, welche Effektivitätsreserven in Ihrem Verantwortungsbereich vorhanden sind, die durch gezieltes Führen nutzbar gemacht werden könnten.

Wir sind uns dabei sehr darüber bewusst, welche hohen Anforderungen heute an Führungskräfte gestellt werden.

Der direkte Kontakt mit den eigenen Mitarbeitern bleibt da oft auf der Strecke.

Übliche Klagen sind:

- „Was soll ich denn noch alles machen?“, oder
- „Woher soll ich dafür die Zeit nehmen?“

Allerdings: Wenn Sie als Führungskraft nicht wissen, wie effektiv Ihre Mitarbeiter tatsächlich arbeiten, werden Sie keinen Beitrag zur Verbesserung der Effektivität leisten können. Vertriebsmitarbeitern mangelt es allzu oft an konkretem, nachvollziehbarem Feedback, mit dem sie sich selbst reflektieren und ihre Arbeitsweise weiterentwickeln können. Dazu gehören insbesondere die als „soft-skills“ bezeichneten Fähigkeiten.

Mit „soft“ ist hier gemeint, dass sie nicht konkret messbar sind, sondern immer einer subjektiven Bewertung unterliegen.

Das Erreichen vereinbarter Ziele ist nach unserer Ansicht ein schlechter Gradmesser für die Effektivität des Vertriebes, da dies nicht zeigt, was bei höherer Effektivität an „Mehr“ möglich gewesen wäre.

Die Interpretation Ihres persönlichen Effektivitäts-Checks finden Sie am Ende nach Teil 2.

Wenn Sie wissen möchten, wie Sie Ihre Effektivität als Vertriebs-Führungskraft und damit Ihrer Mitarbeiter steigern können, sprechen Sie uns an.

Mit unserer Erfahrung im Vertrieb und in der Kompetenzentwicklung von Vertriebs-Mitarbeitern stehen wir Ihnen gerne mit Rat und vor allem Tat zur Seite.

Teil 1

	ja	weiß nicht	nein
Wissen Ihre Mitarbeiter, was ein „Ziel“ ist?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Ihre Mitarbeiter den Unterschied zwischen „Ziel“ und „Tätigkeit“?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist „Ziele formulieren“ ein Teil der Vorbereitung eines Kundenbesuchs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nennen Ihre Mitarbeiter das Gesprächsziel bereits am Gesprächs-Anfang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wird die Zielerreichung in der Nachbereitung überprüft?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werden Folgemaßnahmen zur Erreichung der Ziele definiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sprechen Ihre Mitarbeiter den Kunden angemessen häufig mit Namen an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stellen Ihre Mitarbeiter viele offene Fragen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Ihre Mitarbeiter den Unterschied zwischen Vorteil und Nutzen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Argumentieren Ihre Mitarbeiter nutzenorientiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beantworten Ihre Mitarbeiter Fragen auch mit einer Gegenfrage?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wissen Ihre Mitarbeiter, wer die tatsächlichen Entscheider sind?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Ihre Mitarbeiter das Ziel, auch mit den Entscheidern Kontakt aufzunehmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wissen Ihre Mitarbeiter wer die Beeinflusser beim Kunden sind?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie die Überzeugungen/Annahmen/Vorurteile Ihrer Mitarbeiter?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wissen Sie, welche Tätigkeiten Ihren Mitarbeiter unangenehm sind?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist Ihnen bewusst, welche Führungstätigkeiten Ihnen selbst unangenehm sind?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sprechen Ihre Mitarbeiter intern eher positiv über das eigene Unternehmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Teil 2

	ja	weiß nicht	nein
Verwenden Ihre Mitarbeiter oft die Formulierung „Ja aber...“	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterbrechen Ihre Mitarbeiter oft den Gesprächspartner?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Argumentieren Ihre Mitarbeiter vorwiegend mit Fachsprache?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werten Ihre Mitarbeiter manchmal den Wettbewerb ab?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schwächen Ihre Mitarbeiter Ihre Überzeugungskraft oft durch „Weichmacher“? (könnte, im Prinzip, vielleicht, anbieten, nur, ein bisschen, eventuell ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sprechen Ihre Mitarbeiter bevorzugt mit der untersten Hierarchieebene?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vermeiden Ihre Mitarbeiter den Kontakt mit Führungskräften des Kunden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sprechen Ihre Mitarbeiter negativ über Einkäufer?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betonen Ihre Mitarbeiter, dass sie keine Verkäufer sondern Berater sind?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teilen Sie die Überzeugungen/Annahmen/Vorurteile Ihrer Mitarbeiter?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Die Interpretation des Ergebnisses Ihres persönlichen Effektivitäts-Checks:

1. Je höher die Anzahl der „**nein**“ oder „**weiß nicht**“ in Teil 1 ist, umso mehr wissen wir aus Erfahrung, dass es erhebliche Effektivitätsreserven in Ihrer Vertriebsmannschaft gibt.
2. Je höher die Anzahl der „**ja**“ oder „**weiß nicht**“ in Teil 2 ist, umso mehr wissen wir aus Erfahrung, dass es erhebliche Effektivitätsreserven in Ihrer Vertriebsmannschaft gibt.