

Synopsis: Verkäufer als Marke, Fallstudie Aufbau und Entwicklung der Premiummarke Lexus in Deutschland

Problemstellung

_sinkender Absatz _steigender Rabatt pro Verkauf _negatives EBIT _wenig Budget
_kein strategischer Fokus _kein Verkaufsfokus und verkäuferische Qualität
_fehlende Überzeugung

Analyse der Ursache

_Suche nach der Quelle _persönliche Verantwortung übernehmen _selbst die Fakten und Situation kennen
(_kein Händlerfokus __hohe Personalfuktuation _keine Verkäufereklusivität _unzureichendes Produkt-/Markenwissen)

Ziel definieren

_klare messbare Ziele _Erreichbarkeit sicherstellen _Zeitplan verbindlich festlegen
(-> _Markenwert steigern _Rabatt reduzieren _Absatz nachhaltig entwickeln)

VISION

Der Verkäufer ist die stärkste Bindung des Kunden zur Marke, zum Produkt und Unternehmen. Er verkörperte Wertebild, die Qualität und das Leistungsspektrum.

STRATEGIE UND UMSETZUNG

1. Train the Trainer

Das interne Team auf den gewählten Kurs bringen. Nur mit den richtigen Personen, der notwendigen Qualität an der Seite, kann im Feld etwas bewegt werden. Augenhöhe!

2. Rekrutierung

_Stellenbeschreibung _Ziele _Verantwortung _Zuordnung
Einstellung neuer Verkäufer ist Chefsache. Qualität, Spirit und Cultural Fit bedürfen der genauen Überprüfung. Dieser Anspruch zeigt dem Bewerber auch Wertschätzung.

3. OnBoarding

_Firma kennenlernen _Netzwerk bilden _Produkte und Prozesse
(Stichwort: Profi-Trainingslager)

4. Zertifizierung

_Prozessqualität gemäß Marktanspruch _Ausbildung als Mitarbeiterbindung
_Standardprozesse als Minimumbasis für Bewertung

5. Honorierung

Im Verkauf muss sich Leistung bezahlt machen, aber Sicherheit ist für jeden Mitarbeiter wichtig. Der Vertrieb sollte neben dem Absatz immer auch die Erwirtschaftung von Marge im Fokus haben.

6. Team & Motivation

Verkauf lebt von Motivation. Schulungen, Monatsbesprechungen, Jour Fixe, Reviews, etc. nutzen, um neben dem fachlichen Thema zu motivieren und den Team-Spirit zu beleben.

7. Entwicklung

_Stärken/Schwächen der Verkäufer analysieren _Feedback geben
_die Besten honorieren (Incentives) _die Guten fördern _die Schwachen zu passenden Wegen führen

8. Ergebnisse

_Kategorien festlegen (_Marge _Wiederkauftrate _Kundenempfehlungen _Fluktuation _Mystery Shopping Auswertungen _Absatz)

MESSEN - BERICHTSWESEN - FEEDBACK