

## Versteckte Kostentreiber im Verkauf & Verkaufsmanagement

**Was will ich selber?  
Was will der Andere?  
Was wollen wir gemeinsam?**

Wie sicher erreichen wir mit unserem Kundenstamm und Vertriebsprozess unsere Umsatz- und Ertragsziele?

Wie systematisch wird die Akquise von Neukunden, neuen Projekten und Aufträgen geplant gesteuert und verfolgt?

Wie oft und wie lange verfolgen unsere Verkäufer „potentielle“ Projekte, ohne den tatsächlichen Handlungsbedarf und -willen dieser potentiellen Kunden tatsächlich zu kennen?

Wie gut kennen unsere Verkäufer die Einkaufs- und Entscheidungsprozesse der Kunden und die beteiligten Personen und/ oder Institutionen?

Wie souverän führen unsere Verkäufer die Kunden dabei durch diese Prozesse?

Wie überzeugend sind unsere Verkäufer bei Präsentationen und in Verkaufsgesprächen?

Wie gut setzen unsere Verkäufer unsere Preise, Termine und anderen Ziele durch?

Wie souverän gehen sie mit Einwänden, Rabattforderungen oder „Killerargumenten“ um?