

Welche Funktionen nutzen Sie schon, welche fehlen Ihrem Team?

## Checkliste zur Umsatzturbine mit EVA<sup>\*1)</sup>

**Wie gut kombiniert Ihr Team modernes E-Mail Marketing, Akquise-Telefonate und das Kundengespräch „Auge in Auge“? Welche Werkzeuge werden schon genutzt, welche fehlen noch und würden mehr Erfolg und Effizienz garantieren?**

Diese Checkliste hilft Ihnen, die Wirksamkeit und Effizienz Ihres Vertriebes zu beurteilen. Wenn Sie ein oder mehrmals mit „nein“ antworten müssen, sollten Sie Ihre Prozesse und Kundengewinnungs-Systematik mit einem Experten überprüfen.

Mit EVA

Mit Ihrem System

### ■ 1. Gesamt-Strategie

Nur wenn die Gesamtstrategie gut abgestimmt ist, können Sie ein Maximum an Abschlüssen und Effizienz erzielen. Haben Sie eine Strategie für die Kombination moderner Online-Tools wie EVA mit bewährten Offline-Werkzeugen wie Leitfaden und typgerechte Beratung?



### ■ 2. Nutzen Sie alle Möglichkeiten Ihrer CRM und Datenbank?

Die Grundlage für Erfolg, Zeitsparen und Effizienzsteigerung ist Ihre Datenbank. Haben Sie die Möglichkeiten der Automatisierung aus Ihrer Datenbank in Verbindung mit moderner E-Mail Marketing Software überprüft? Ihr erster Schritt: ein Telefonat mit dem Experten.



### ■ 3. Benachrichtigung über Interessenten sofort per E-Mail mit EVA

Wird der verantwortliche Kundenbetreuer aus Ihrer CRM oder E-Mail Marketing Software sofort per E-Mail benachrichtigt, wenn sich ein potenzieller Kunde aus Ihrem vorhandenen Adressenbestand für eines Ihrer Angebote interessiert? Das kann zu einem beliebigen Zeitpunkt sein. Wenn Ihr Team sofort reagiert, sind Sie mit etwas Glück auf Platz 1 beim Kunden.



### ■ 4. Leads sind ein Quotengeschäft und können ein „Goldesel“ sein

Arbeiten Sie mit Leads? Jeden Tag werden viele tausend Anfragen über Vergleichsportale im Internet gestellt. Die einen sagen: „Leads sind die schnellste Art, Geld zu verbrennen!“ Andere Anwender: „Leads sind wie ein Goldesel!“ Was muss Ihr Team tun, damit Sie mit Datensätzen und Leads richtig Geld verdienen? Leads sind ein Quotengeschäft: Haben Sie eine systematische Vorgehensweise und Prozesse, die Ihnen maximale Terminvereinbarungs- und Abschlussquoten garantieren?



### ■ 5. Beratende E-Mails bringen mehr

Beratende E-Mails sind informativ und werden gelesen. Sie erzielen wesentlich höhere Öffnungsquoten und werden nicht so schnell weg geklickt wie Newsletter. Das wirkt dem Vergessen bei Ihren Kunden und Interessenten entgegen und stärkt die Kundenbindung. Nutzen Sie bereits diese zielgruppenspezifische Form des E-Mail Marketing?



### ■ 6. Automatischer ereignisbezogener E-Mail Versand spart viel Zeit

Wird aus Ihrer CRM oder E-Mail Marketing Software heraus ein automatischer ereignisbezogener Versand von E-Mails praktiziert? Z.B. nach einem Termin oder Vertrags-Abschluss?



<sup>\*1)</sup> EVA bedeutet „Empfänger-Verhaltens-Analyse“ und ist ein automatisiertes Online-Verfahren



Welche Funktionen nutzen Sie schon, welche fehlen Ihrem Team?

**7. Leitfäden sparen Zeit und steigern die Erfolgsquote am Telefon**

Bewährte Leitfäden sparen Zeit rund um Telefonate. Terminvereinbarungsquoten können durchschnittlich über 70 % betragen. Wie hoch sind die Erfolgsquoten in Ihrem Team?

Ein Leitfaden gibt Sicherheit und senkt die Hemmschwelle vor schwierigen Kunden-Telefonaten. Haben Sie gut funktionierende Leitfäden für die verschiedenen Telefonate mit Kunden und Interessenten?



.....  
 .....

**8. Typgerechte Verkaufsgespräche können die Abschlussquote vervielfachen**

Top-Berater und Verkäufer erzielen durchschnittliche Abschlussquoten von 80 % und mehr. Wie hoch sind die Abschlussquoten in Ihrem Team? Wer typgerechtes Verkaufen beherrscht, gewinnt viel mehr Kunden. Und hat eine bessere Kundenbindung, weil die Kunden sich wohl fühlen. Wie intensiv hat sich Ihr Team schon mit diesem erfolgsrelevanten Thema befasst und wie gut wird typgerechtes Verkaufen umgesetzt? [optional]



.....  
 .....

**9. Cross-Selling und Up-Selling Aktionen sind können hocheffizient sein.**

Automatisierte Cross-Selling und Up-Selling Aktionen können hochprofitabel sein. Weil sie sehr wenig Zeit kosten und sehr effizient sind. Haben Sie schon überprüft, welche Umsatzpotenziale möglicherweise noch in Ihrer CRM bzw. Datenbank schlummern?



.....  
 .....

**10. Erhalten Ihre Kundenbetreuer direkte Nachricht über Interessenten?**

Wenn die Akquise-Telefonate von mehreren verantwortlichen Personen durchgeführt werden: Können Sie E-Mail Benachrichtigung über Interessenten an verschiedene, vorher pro Kunde festzulegende Adressen senden?



.....  
 .....

**11. Landingpages unterstützen Erfolge**

Passende Landingpages sind ebenfalls ein Baustein für gute Vertriebsergebnisse. Das können Landingpages auf eigenen Webseiten sein – oder zielgruppenspezifische Webseiten von vertrauenswürdigen Anbietern, die Ihrem Angebot Glaubwürdigkeit verleihen. Nutzen Sie konsequent die Verlinkung auf passende Webseiten? [optional]



.....  
 .....

**12. Wirkt Ihr Team sympathisch, kompetent und sicher?**

Kundenberater und Verkäufer verkaufen mehr wenn sie sympathisch, kompetent und selbstsicher bei Kund(inn)en ankommen. Weil sich das Gefühl der Sicherheit auf ihr Angebot überträgt. Wie stark werden Kompetenz, Sympathie und Sicherheit bei Ihrem Team spürbar: am Telefon, in Kundengesprächen „Auge in Auge“ und in E-Mails?



.....  
 .....

**Kontakt**

Eckart Krüger ist zertifiziert vom „Q-Pool 100“ der offiziellen Qualitätsgemeinschaft internationaler Wirtschaftstrainer und -Berater e.V. Er ist seit mehr als 25 Jahren als Berater, Coach und Vertriebstrainer selbständig. Telefontermin vereinbaren: +49 (0) 6151 80 03 60 60 oder E-Mail an: krueger@akquise-werkzeuge.com

