Grundlagen Verkauf
1. Situationsanalyse
Stärken / Schwächen = Marktfähigkeit
Chancen / Gefahren = Marktattraktivität
Rahmenbedingungen = Marktmöglichkeiten
2. Verkaufsziele
Quantitative Ziele
Qualitative Ziele
3. Verkaufstrategie
Angelehnt an ANSOFF: Marktdurchdringung
Angelehnt an ANSOFF: Marktentwicklung
Berechnung Verkaufsmitarbeiter Innendienst und Aussendienst
Sechs Subvariablen
Produktselektion
Kundenselektion
Kontaktqualität
Kontaktquantität
Kontaktperiodizität
Feldgrösse
Marktleistungsentwicklung
4. Primäre Verkaufsplanung
Umsatz-/Absatzplaung
DB-Planung
Zeit-/Tourenplanung
Darstellung von Einsatz-/Streuplanung
Einsatzplanung für Aussendienst, Besuche pro Gebiet
5. Sekundäre Verkaufsplanung
Verkaufsorganisation
Verkaufshilfsmittel und Verkaufsinstrument
Personnelles
Qualifikation Mitarbeiter
6. Budget
Verkaufskostenbudget
Budget Zusammenstellung
7. Kontrolle
Darstellung Verkaufskontrolle
Wirtschaftlichkeitsrechnung