

Management von Verkaufschancen

Ziele festlegen

- Potenzielle Umsatzhöhe der (Neu-)Kundschaft realistisch einschätzen
- Eintrittswahrscheinlichkeit von Verkaufschancen richtig angeben
- Abschlusszahlung realistisch einschätzen
- Potenzielle Verschiebung von Abschlüssen vermeiden

Messbarkeit schaffen

- Klare Definition von Begriffen, Kennzahlen und (Reporting-)Prozessen
- Strukturierte Datensammlung in spezifische Kundenprofile
- Projektfortschritt kontinuierlich dokumentieren

Aktiv dranbleiben

- Auf allen Ebenen im Vertrieb: regelmäßige, differenzierte Kommunikation und systematische Steuerung von Maßnahmen
- Impulsorientierte Gestaltung, um den Kundenkreis in die abschließende Verkaufsphase zu konvertieren und ans Unternehmen zu binden