

Besuch kontra Kontakt



Der Besuch ist eines der teuersten Kontaktmittel zum Kunden. Erfolgreiche Verkäufer jedoch, machen keine Servicebesuche, sie konzentrieren sich auf die wesentlichen Kunden. Es geht um eine hohe Kontaktfrequenz. Kontakt können Sie jedoch auch über E-Mails, Faxe, Telefonate, Messebesuche, oder andere Veranstaltungen halten.

Überdurchschnittlich erfolgreiche Verkäufer besuchen unterdurchschnittlich wenige Kunden. Ein wichtiger Kunde (A-Kunde) sollte die Höchste Kontaktfrequenz und Aufmerksamkeit erhalten.

Der zweitwichtigste (B-Kunde), bekommt die zweitstärkste Aufmerksamkeit. Jetzt bleiben noch 2 Sonderfälle. Der B-Kunde, der bereits zu den Hauptumsatzträgern gehört, aber über kein weiteres Potential mehr verfügt, und der C-Kunde.

Am zeitsparendsten ist es, bei einem B-Kunden ohne Potential zu fragen, wie viele Besuche er wirklich wünschte, oder ob ihm auch mit einem Anruf gedient ist.

Welchen Betreuungsaufwand sollten die C-Kunden bekommen. Bei Kunden die weder über ein Potential, noch über nennenswerte Umsätze generieren, sollten Sie Überlegen, ob sie es wirklich wert sind, von Ihnen persönlich betreut und regelmäßig besucht zu werden. Reicht hier nicht ein Mail oder gelegentlich ein Anruf? C-Kunden kosten den höchsten Betreuungsaufwand. C-Kunden fressen Zeit.

Vertriebstrend der Zukunft ist Key-Account Management

Key-Account Management geht es darum, dass sich der Unternehmer und der Vertrieb auf wenige Kunden konzentrieren, die das entsprechende Potential und die entsprechende Bedeutung für das Unternehmen haben. Diese Kunden werden extrem gepflegt, alle anderen werden nachrangig behandelt.

Prinzip

Die 80-20 Regel. Die 80-20 Verteilung tritt in allen möglichen Kundengruppen auf. Wenn Sie 20 % Ihrer Kunden realisieren Sie 80 % Ihres Umsatzes.

Wenn Sie sich konzentriert man sich also auf diese 20 % dieser Kunden, mit denen Sie 80 % Ihrer Umsatzergebnisse realisiert.

Wie können Sie Ihre Kunden besser betreuen? Beschränken Sie die Betreuung auf Telefon, E-Mail oder persönliche Besuche? Dann wünschen Sie Ihnen mehr Umsatz zu bringen? Dann sollten Sie Ihre Investition in die Betreuung dieser Kunden großzügig gönnen sollten!

Wie können Sie Ihre Kunden besser betreuen? Beschränken Sie die Betreuung auf Telefon, E-Mail oder persönliche Besuche? Dann wünschen Sie Ihnen mehr Umsatz zu bringen? Dann sollten Sie Ihre Investition in die Betreuung dieser Kunden großzügig gönnen sollten!

Mit Erwerb des InfoPainters erhalten Sie die vollständige Version der InfoPainter Management Tipps!