



TTI
SUCCESS
INSIGHTS®

Verkaufs-Strategien-Indikator

Gruppenübersicht

Team Muster

Scheelen GmbH

4.8.2021

Inhaltsverzeichnis



EINFÜHRUNG	3
ÜBERSICHT DER EFFEKTIVSTEN STRATEGIE	4
ÜBERSICHT DER EFFEKTIVSTEN UND ZWEIFEFFEKTIVSTEN STRATEGIE	5
ÜBERSICHT DER AM WENIGSTEN EFFEKTIVEN STRATEGIE	6

Einführung



Der Gruppenbericht zum Verkaufs-Strategien-Indikator ist eine objektive Analyse des Verständnisses eines Vertriebsteams für die Strategien, die für erfolgreiches Verkaufen in jedem Vertriebsumfeld erforderlich sind. Er beantwortet im Wesentlichen die Frage: "Wie steht jeder Verkäufer im Vergleich zu einem Spitzenverkäufer da?" Die Identifizierung, wie jeder Verkäufer im Vergleich zu einem Spitzenverkäufer abschneidet, ist eine wesentliche Komponente, um zu verstehen, wie der Erfolg des Verkaufsteams verbessert werden kann.

Vertriebswissen ist sicherlich nicht die einzige Voraussetzung für eine optimale Vertriebsleistung. Das Verstehen einer effektiven Verkaufsstrategie kann zum Erfolg führen, solange die Fähigkeiten richtig umgesetzt werden können. Es reicht jedoch nicht aus, nur die Verkaufstheorie zu verstehen, Verkäufer müssen das, was sie wissen, auch anwenden.

Dieser Bericht gibt Rückmeldung über die Stärken der Gruppe und potenzielle Bereiche für Verbesserungen. Daraus kann ein Plan erstellt werden, um sich auf Bereiche zu konzentrieren, die Entwicklung benötigen. Die Kenntnis der Stärken und Schwächen, zusammen mit dem Wunsch, sich zu übertreffen, ermöglicht es dem Vertriebsteam, Bereiche für professionelles Wachstum im Vertrieb zu finden.

Übersicht der effektivsten Strategie



Die folgende Grafik veranschaulicht das Verständnis des Verkaufsteams für die effektivste Verkaufsstrategie in einer Reihe von Verkaufssituationen. Die Forschung bestätigt, dass das Verständnis und die Anwendung einer effektiven Verkaufsstrategie in direktem Zusammenhang mit dem Verkaufserfolg stehen. Je höher die Punktzahl in einem bestimmten Bereich ist, desto stärker ist Ihr spezifisches Verständnis dessen, was erforderlich ist, um im Verkaufsprozess erfolgreich zu sein.

Kategorien	Gruppendurchschnitt	M. Mustermann	M. Mustermann	Spitzenverkäufer
Zielgruppendefinition / Vorbereitung	57	71	43	46
Vertrauensaufbau	64	71	57	54
Bedarfsanalyse	50	71	29	45
Präsentation	22	14	29	60
Nutzenargumentation	22	14	29	65
Einwand und Abschluss	28	43	14	66
Allgemeines Verkaufswissen	25	33	17	53
Gesamt	38	45	31	56

- Unter den Spitzenverkäufern
- Gleich oder über den Spitzenverkäufern

Übersicht der effektivsten und zweiteffektivsten Strategie



Diese Grafik veranschaulicht das Gesamtwissen des Vertriebsteams über die effektivsten und zweiteffektivsten Verkaufsstrategien. Je höher Ihre Punktzahl in einem Segment ist, desto besser ist Ihr umfassendes Verständnis der gesamten Verkaufsstrategie, die für diesen Schritt eines erfolgreichen Verkaufs erforderlich ist.

Kategorien		Gruppendurchschnitt	M. Mustermann	M. Mustermann	Spitzenverkäufer
Zielgruppendefinition / Vorbereitung	57	71	43		70
Vertrauensaufbau	72	86	57		84
Bedarfsanalyse	57	71	43		66
Präsentation	43	43	43		84
Nutzenargumentation	57	57	57		82
Einwand und Abschluss	64	57	71		87
Allgemeines Verkaufswissen	50	67	33		75
Gesamt	58	65	50		78

- Unter den Spitzenverkäufern
- Gleich oder über den Spitzenverkäufern

Übersicht der am wenigsten effektiven Strategie



Zu wissen, was man in einer bestimmten Verkaufssituation NICHT tun sollte, kann genauso wichtig sein wie zu wissen, was man tun sollte. Das Verständnis des Verkaufsteams dafür, was NICHT zu tun ist, hält jeden Verkäufer davon ab, Barrieren für eine erfolgreiche Präsentation aufzubauen. Eine HOHE PUNKTZAHL zeigt an, dass Sie ein starkes Verständnis dafür haben, welche Strategien beim Verkaufen zu vermeiden sind.

Kategorien	Gruppendurchschnitt	M. Mustermann	M. Mustermann	Spitzenverkäufer
Zielgruppendefinition / Vorbereitung	22	29	14	55
Vertrauensaufbau	14	14	14	53
Bedarfsanalyse	43	43	43	36
Präsentation	50	43	57	67
Nutzenargumentation	22	14	29	59
Einwand und Abschluss	29	29	29	54
Allgemeines Verkaufswissen	34	17	50	60
Gesamt	30	27	34	55

- Unter den Spitzenverkäufern
- Gleich oder über den Spitzenverkäufern