ENTSCHEIDUNGSGRUNDLAGE FÜR GESCHÄFTSFÜHRER UND INHABER

Unabhängige Vertriebsanalyse

Was geprüft wird, was am Ende auf Ihrem Tisch liegt und was es kostet. Geschrieben zum Weitergeben an alle, die bei Ihnen mitentscheiden.

DAUER	PREIS	ERGEBNIS	FOLGEAUFTRAG
3 bis 4 Wochen	3.900 € netto	Bericht und Gespräch	Auf Wunsch

WORUM ES GEHT

Eine Entscheidung, die Sie nur einmal treffen wollen

Sie stehen vor der Besetzung Ihrer Vertriebsleitung. Rechnen Sie Gehalt, Nebenkosten und variablen Anteil zusammen, dann gehört sie zu den teureren Personalentscheidungen in Ihrem Haus, und ob die Wahl richtig war, zeigt sich erst nach Monaten.

Die Analyse klärt vorher drei Dinge: welches Problem gelöst werden muss, ob eine neue Führungskraft die Lösung dafür ist, und woran Sie nach sechs Monaten messen, ob sie liefert.

Manchmal lautet das Ergebnis: Stellen Sie ein, und zwar genau so jemanden. Dann bekommt er zum Einstieg eine Unterlage, mit der er sofort arbeiten kann. Manchmal lautet es anders. Dann haben Sie sich eine Fehlbesetzung erspart.

FÜR WEN DIE ANALYSE GEDACHT IST

- Inhabergeführte Unternehmen mit eigenem Vertriebsteam, die eine Vertriebsleitung neu besetzen oder zum ersten Mal schaffen
- Geschäftsführer, die selbst noch tief im Vertrieb stecken und das ändern wollen
- Betriebe, deren Umsatz stimmt, während der Ertrag dahinter zurückbleibt

WANN SIE DAS GELD BESSER BEHALTEN

- Wenn die Entscheidung für einen Kandidaten längst gefallen ist und Sie nur noch eine Bestätigung suchen
- Wenn niemand von außen Einblick in Ihre Zahlen bekommen soll
- Wenn Sie die sieben Fragen auf lendvay.pro alle mit einem klaren Ja beantworten

WARUM JEMAND VON AUSSEN

Was ich mitbringe, das im Haus keiner haben kann

In Ihrem Unternehmen hat jeder eine Geschichte mit jeder Entscheidung: Einer hat sie getroffen, einer hat sie mitgetragen, einer hat damals widersprochen. Ich habe keine. Deshalb kann ich Fragen stellen, die intern lange niemand mehr gestellt hat, und mit der Antwort muss ich niemanden schonen.

Bei Ihren Produkten und Ihrem Markt sind Sie mir voraus und bleiben es. Mein Beitrag liegt woanders. 23 Jahre habe ich ein eigenes Unternehmen geführt. Ich habe über Jahre selbst verkauft, Verkäufer ausgebildet und zehn von ihnen als Vertriebsleiter geführt. Als Leiter Finanzen und Controlling eines Bauunternehmens mit über 250 Mitarbeitern habe ich die Zahlen verantwortet. Verkauf und Zahlen in einer Person: Mit diesem Blick sehe ich mir Ihren Vertrieb an.

Die Auswertungen baue ich selbst. Zugriff auf CRM und Warenwirtschaft genügt, Ihre Leute arbeiten weiter.

WAS ICH PRÜFE

Ein fester Kern, zwei Schwerpunkte

Jede Analyse hat denselben Kern. Dazu kommen zwei Schwerpunkte, die wir im ersten Gespräch gemeinsam festlegen, weil ein Maschinenbauer mit vier Außendienstlern andere Baustellen hat als ein Softwarehaus mit Innendienst.

DER KERN, IMMER ENTHALTEN

- Ein Auftaktgespräch mit Ihnen: wo Sie stehen und was Sie von der neuen Stelle erwarten
- Ihre Zahlen: Umsatz, Deckungsbeiträge, Kundenstruktur, soweit sie vorliegen
- Der Weg eines Auftrags vom ersten Kontakt bis zur Unterschrift
- Die Führungsfrage: welche Aufgaben die Vertriebsleitung bei Ihnen wirklich hat und wie viel davon Verkaufen ist
- Ein schriftlicher Bericht und ein Gespräch, in dem wir ihn Seite für Seite durchgehen

ZWEI SCHWERPUNKTE, ZUM BEISPIEL

- Angebote, die nie nachgefasst wurden
- Ertrag je Kundengruppe und die Abhängigkeit von wenigen großen Kunden
- Stammkunden, die weniger bestellen als früher
- Was Ihr CRM hergibt und was nicht
- Stellenprofil und Messgrößen für die neue Vertriebsleitung
- Gespräche mit einzelnen Verkäufern, wenn Sie das wünschen

WAS SIE BEKOMMEN

Fünf Ergebnisse, schriftlich

1

Ein Lagebild Ihres Vertriebs

Was funktioniert und was nicht, belegt mit Ihren eigenen Zahlen.

2

Die Stellen, an denen Geld liegen bleibt

In Euro beziffert, wo die Daten das hergeben. Wo sie es nicht hergeben, steht das auch drin. Ich schätze nicht, wo ich nicht rechnen kann.

3

Die Ursachen dahinter

Ein schwacher Abschluss kann am Verkäufer liegen, an der Anfrage, am Preis oder daran, dass niemand nachfasst. Der Bericht trennt das, damit Sie an der richtigen Stelle ansetzen.

4

Ein Maßnahmenplan in Reihenfolge

Was zuerst, was später, was gar nicht. So geschrieben, dass Ihr Haus ihn ohne mich abarbeiten kann.

5

Eine Unterlage für die Vertriebsleitung

Aufgaben, Ausgangszahlen und Messgrößen für die ersten sechs Monate. Ein Neuer fängt damit nicht bei null an, und Sie können nach einem halben Jahr sachlich beurteilen, ob er liefert.

DER ABLAUF

Vier Schritte in drei bis vier Wochen

Schritt	Was passiert
1. Auftakt	Wir sprechen miteinander und legen die zwei Schwerpunkte fest. Sie bekommen eine Liste der Daten, die ich brauche.
2. Daten	Sie geben mir Zugriff oder Auszüge. Ich arbeite von außen, Ihr Betrieb läuft weiter.
3. Auswertung	Ich melde mich mit Rückfragen bei Ihnen oder Ihrem Ansprechpartner.
4. Bericht und Gespräch	Sie erhalten den Bericht, und wir gehen ihn gemeinsam durch.

Wie lange es genau dauert, hängt davon ab, wie schnell die Daten kommen und in welchem Zustand sie sind.

DER BERICHT

So ist er aufgebaut

Die Gliederung ist bei jeder Analyse dieselbe. Was in den Kapiteln steht, kommt aus Ihrem Unternehmen.

Kapitel	Inhalt
1. Ausgangslage	Ihr Problem, so wie Sie es im Auftakt beschrieben haben, und was Ihre Zahlen dazu sagen
2. Wo Ihr Vertrieb Geld verdient	Deckungsbeitrag nach Kundengruppen und Produkten, daneben der Umsatz zum Vergleich
3. Wo Geld liegen bleibt	Offene Angebote ohne Rückfrage, rückläufige Stammkunden, Nachlässe. Beziffert, soweit die Daten es erlauben
4. Der Weg eines Auftrags	Die Stationen von der Anfrage bis zur Unterschrift und die Stellen, an denen Vorgänge enden
5. Ursachen	Was hinter den Befunden steht: Ablauf, Zuständigkeit, Preis, Führung oder einzelne Verkäufer
6. Ihre zwei Schwerpunkte	Die vertiefte Auswertung der Themen, die wir im Auftakt festgelegt haben
7. Die Führungsfrage	Welche Aufgabe die Vertriebsleitung bei Ihnen hat und welche Besetzung dazu passt. Auch wenn die Antwort lautet: noch nicht
8. Maßnahmenplan	Reihenfolge und Zuständigkeit. Dazu, was Sie getrost lassen können
9. Unterlage für die Vertriebsleitung	Stellenprofil, Ausgangswerte und Messgrößen für sechs Monate, zum Aushändigen am ersten Tag

IHR BEITRAG

Was ich von Ihnen brauche

- Zwei Gespräche mit Ihnen persönlich, zum Auftakt und zum Bericht
- Zugriff auf CRM und Warenwirtschaft oder Auszüge daraus. Eine Vertraulichkeitsvereinbarung unterschreibe ich vor dem ersten Datenzugriff
- Einen Ansprechpartner für Rückfragen
- Die Bereitschaft, sich widersprechen zu lassen. Ein Bericht, der nur bestätigt, was Sie ohnehin denken, wäre sein Geld nicht wert

DIE GRENZEN

Was nicht enthalten ist

Verkäuferschulung und Training. Die Umsetzung der Maßnahmen. Die Begleitung von Auswahlgesprächen. Die Einrichtung von Systemen. Laufende Begleitung. All das ist möglich und wird gesondert vereinbart, falls Sie es nach der Analyse wollen.

UND DANACH

Der Bericht gehört Ihnen

Sie können ihn selbst umsetzen, ihn Ihrem neuen Vertriebsleiter in die Hand geben, jemand anderen damit beauftragen oder mich bitten, bei der Umsetzung mitzuarbeiten. Zu meinen Ergebnissen stehe ich: Wenn Sie es wünschen, begleite ich die Umsetzung in einem Folgeauftrag. Verpflichtet sind Sie dazu nicht.

DER PREIS

Was die Analyse kostet

3.900 € netto

Der Preis gilt für die Analyse, wie sie hier beschrieben ist: ein Vertriebsteam, fester Kern, zwei Schwerpunkte, Bericht, Auswertungsgespräch. Hat Ihr Unternehmen mehrere Standorte oder Sparten, vereinbaren wir den Umfang vorher schriftlich.

Zur Einordnung ein Rechenbeispiel: Bei 30 Prozent Deckungsbeitrag entsprechen 3.900 € dem Ertrag aus 13.000 € zusätzlichem Umsatz. Setzen Sie das ins Verhältnis zu Ihrem Jahresumsatz und zu den Jahreskosten der Stelle, die Sie besetzen wollen.

Ein Umsatzplus sage ich Ihnen nicht zu. Zusagen kann ich, dass Sie danach wissen, woran es liegt, und eine Entscheidung treffen, die Sie begründen können.

Die Frage ist nicht, was eine Analyse kostet. Die Frage ist, was eine falsche Entscheidung kostet.

Der nächste Schritt

Ob eine Analyse bei Ihnen Sinn ergibt, lässt sich in einem Telefonat klären. Komme ich dabei zu dem Schluss, dass Sie sie nicht brauchen, hören Sie das von mir, bevor Sie etwas unterschreiben.

Michael Lendvay, Lendelli LTD
Termin wählen: zbooking.us/Olp9W
Nachricht per WhatsApp oder SMS: +49 171 7921674
E-Mail: mail@lendvay.de
Website: lendvay.pro