

BENEFIT Sales Test

Auswertung

von

Nina Meier

Erstellt im Auftrag von



BENEFIT Musterfirma

(Kunden-Nr. KU1000)

Test Ziele und Bewertungsschema

Beim BENEFit Sales Test™ handelt es sich um einen Wissenstest für Vertriebsleute in ihrer Rolle als Verkäufer, Berater oder unterstützende Spezialisten.

Ziel dieses Tests ist es, das allgemeine Verkaufswissen der Testperson zu ermitteln und aufzuzeigen, wo die Testperson bezüglich der 10 verkaufsrelevanten Themenkreise steht. Jeder verkaufstypische Themenkreis umfasst wiederum 10 Fragen; das nachstehend aufgeführte Resultat widerspiegelt somit die Antworten zu den 100 gestellten Wissensfragen.

Themenkreise und Wissensfragen sind auf den beratenden Nutzenverkauf ausgerichtet. Dabei wird davon ausgegangen, dass der Verkäufer oder Berater auf seine Kunden zugehen muss und weniger den "Verkauf über den Ladentisch" praktizieren kann. Sollte jedoch Letzteres zutreffen, sind allein die beiden Themenkreise "Verkaufsplanung" und "Ersttermin-Vereinbarung" weniger relevant.

Die Bewertung der Antworten berücksichtigt die Tatsache, dass es bezüglich Verkaufswissens keine in jedem Fall gültigen, wissenschaftlich erhärteten Antworten gibt. Aufgrund gängiger Lehren und "best practice" Erkenntnissen erfolgt die Punktevergabe je Antwort nach der Idee der "Verkaufswirksamkeit" wie folgt:

Antwort mit höchster Verkaufswirksamkeit:

10 Punkte

Antwort mit mässiger Verkaufswirksamkeit:

2 bis 8 Punkte

Neutrale Antwort bezüglich Verkaufswirksamkeit:

0 Punkte

Antwort mit erheblicher, kontraproduktiver Verkaufswirksamkeit:

-2 bis -8 Punkte

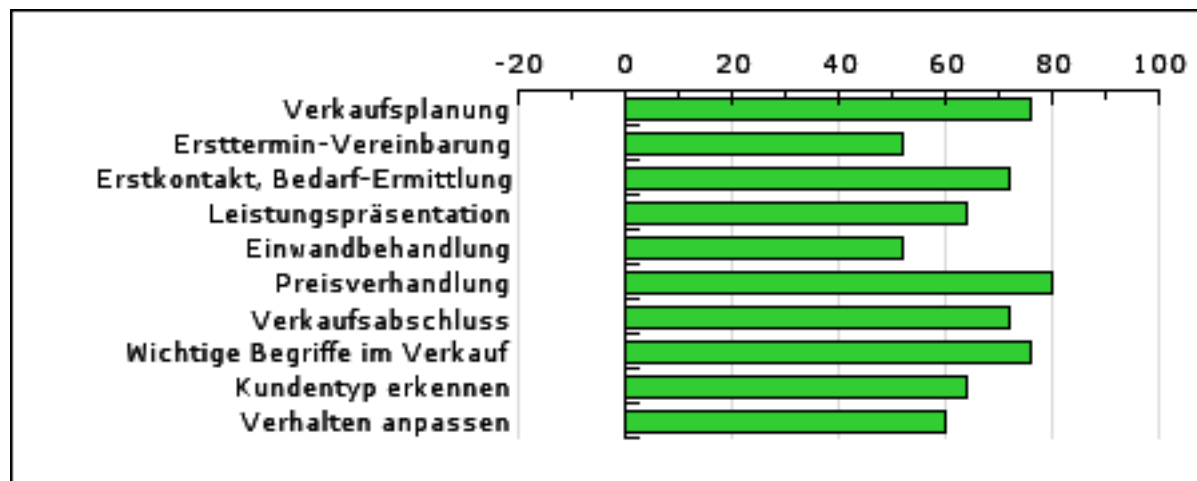
Antwort mit absolut kontraproduktiver Verkaufswirksamkeit:

-10 Punkte

Es kann deshalb vorkommen, dass einzelne Werte sogar Minuswerte aufweisen.

Testresultat für Nina Meier

Nachstehend sind die erzielten Punkte je Themenbereich grafisch und tabellarisch dargestellt. Je höher die Punktzahl desto besser ist das themenbezogene Verkaufswissen von Nina Meier.



Erreichte Punkte

Verkaufsplanung	76	Preisverhandlung	80
Ersttermin-Vereinbarung	52	Verkaufsabschluss	72
Erstkontakt, Bedarf-Ermittlung	72	Wichtige Begriffe im Verkauf	76
Leistungspräsentation	64	Kundentyp erkennen	64
Einwandbehandlung	52	Verhalten anpassen	60

Interpretation der Testresultate

Nina Meier hat mit einem Gesamtdurchschnitt von 65.5% über alle Themen ein gutes Resultat erzielt.

Werte von über 75 Punkten je Thema gelten im Allgemeinen als sehr gut bzw. überdurchschnittlich.

Konstante Werte zwischen 50 und 75 Punkten weisen auf gutes bzw. durchschnittliches Wissen hin; je nach Art des Geschäftes ist eine souveräne Beherrschung des Verkaufswissens nötig und es kann lohnenswert sein, die Testperson gezielt weiter zu entwickeln.

Liegt die Punktzahl mehrheitlich zwischen 25 und 49 Punkten je Thema gilt das Resultat als unterdurchschnittlich und es muss mässiges Verkaufswissen vermutet werden. Eine vertiefte Analyse des Verkaufswissens zusammen mit einer Fachperson scheint angebracht.

Bei Werten unter 25 Punkten je Thema ist der Verkaufserfolg der Testperson punktuell stark gefährdet und eine schnelle Lagebeurteilung bzw. eine gezielte Förderung der Verkaufskompetenz unter Beizug einer Fachperson ist angebracht.

Test Schwerpunkte und Inhalt

Die nachfolgenden Kommentare sollen die Interpretation der vorstehend aufgeführten Resultate erleichtern und Hinweise für eine gezielte Entwicklung des verkäuferischen Wissens geben.

1. Verkaufsplanung.

In diesem Abschnitt geht es um Fragen rund um die Auswahl von Zielkunden sowie um Ihre vertrieblichen Arbeiten vor und unmittelbar nach einem Verkaufsbesuch. Folgende Themen werden geprüft:

- Selektion von Zielkunden
- Prioritäten setzen, Verkaufsplanung
- Bearbeitung des zugewiesenen Markt- und Kundensegmentes
- Beseitigen eines Verkaufsrückstandes

2. Erst-Termin Vereinbarung.

In diesem Bereich geht es um wichtige Themen bei der Herbeiführung bzw. Vereinbarung von einem ersten Gesprächstermin mit dem von Ihnen ausgewählten Gesprächspartner beim Zielkunden. Folgende Themen werden abgefragt:

- Erst-Termin planen
- Terminwunsch begründen
- Umgang mit Widerständen und „Wächtern“
- Termin vereinbaren und bestätigen

3. Erst-Kontakt und Bedarfsermittlung.

Die nachfolgenden Fragen adressieren Situationen beim ersten Treffen mit dem Ihnen noch unbekanntem Gesprächspartner beim Zielkunden im Zusammenhang mit der Ermittlung seiner Bedürfnisse bzw. des potentiellen Bedarfs an Leistungen Ihres Unternehmens. Die Fragen decken die nachstehenden Themen ab:

- Wichtigkeit und Gründe für die Bedarfsermittlung
- Gesprächseröffnung und Gesprächsführung
- Verkaufswirksame Kundenbefragung
- Umgang mit mitbewerber-bezogenen Aussagen oder Einwänden

4. Leistungspräsentation.

In diesem Abschnitt wird ermittelt, in welcher Form und zu welchem Gesprächszeitpunkt Sie dem Zielkunden das Leistungsangebot vorstellen und mit welcher Argumentation Sie das eigene Leistungsspektrum in ein gutes Licht rücken. Die Schwerpunkte:

- Vorgehensweise bei der Leistungs- bzw. Angebotspräsentation
- Argumentation um Eigenschaften/Vorteile/Nutzen
- Umgang mit Wettbewerbsnachteilen
- Ideal-Verhalten bei Desinteresse oder Gesprächsstörungen

5. Einwandbehandlung.

Bei den nachfolgenden Fragen geht es um Ihr Wissen zur Behandlung der im Verlauf des Gesprächs vom Zielkunden vorgebrachten Einwände. Wichtigste Themen sind:

- Bedeutung von und Einstellung zu Einwänden
- Entgegennahme und Interpretation von Einwänden
- Einwandbehandlung (Techniken, Umgang)

6. Preisverhandlung.

Im Verlaufe des Verkaufsgesprächs wollen die meisten Kunden wissen, was die vorgestellten Leistungen kosten. Die nachfolgenden Fragen adressieren gängige Situationen und Ihr bestes Wissen dazu:

- Richtiger Zeitpunkt für Preisgespräche
- Geschickte Preisformulierungen
- Umgang mit Rabattforderungen
- Behandlung von ungerechtfertigten Rabatten oder Abzügen

7. Abschluss.

Jedes Verkaufsgespräch hat einen Abschluss. In diesem Abschnitt interessiert speziell das Wissen um das Abschliessen einer Vereinbarung mit dem Zielkunden. Ein Abschluss kann eine Bestellung oder eine verbindliche Vereinbarung zu einem nächsten, konkreten Schritt im Verkaufsprozess sein. Die geprüften Themen sind:

- Richtige Entscheider und Beeinflusser ermitteln
- Wie zum wirklichen Entscheider gelangen ?
- Idealzeitpunkt für den Abschluss erkennen und wahrnehmen
- Umgang mit Kundenforderungen rund um den Lieferzeitpunkt

8. Wichtige Begriffe im Vertrieb.

Der richtige Umgang mit Fachbegriffen ist in Verkaufssituation sehr wichtig. Bei den nachfolgenden Fragen geht es um Ihr Verständnis zu verkaufsrelevanten Begriffen wie:

- Verkaufspsychologie
- Begriffe aus der Betriebswirtschaftslehre
- Fachbegriffe bezüglich Risiko- und Projekt-Management

9. Kundentyp erkennen.

Jeder Mensch hat sein eigenes Naturell bzw. Verhalten. Dies äussert sich auch in Verhandlungssituationen. In diesem Abschnitt geht es um die Erkennung und Interpretation gängiger Verhaltensweisen von Zielkunden in Verkaufs- bzw. Beschaffungssituationen. Im Zentrum des Interesses sind:

- Wichtigste Verhaltensmerkmale der Gesprächspartner erkennen
- Verhaltensmerkmale interpretieren
- Typ-relevante Motive und Prioritäten ermitteln

10. Eigenes Verhalten anpassen.

Die Verhaltensweise des Zielkunden zu erkennen ist wichtig, sich als Verkäufer darauf einzustellen ist wohl noch wichtiger. Die nachstehend aufgeführten Themen ermitteln Ihr Wissen dazu:

- Idealer Umgang je Menschen- bzw. Persönlichkeitstyp
- Ansprechen der unterschiedlichen Kaufmotive
- Anpassen des Verkäuferverhaltens an die typ-individuellen Bedürfnisse
- Typen-spezifische Gesprächsführung

Copyright

Copyright © by BENEFit COACHING SYSTEMS GmbH, CH-8301 Glattzentrum Wallisellen (Schweiz). Diese Auswertung unterliegt den gesetzlichen Vorschriften des Autorenrechts; die kommerzielle Reproduktion ist untersagt. Ausgenommen ist das Anfertigen persönlicher Kopien im Auftrag der hier namentlich aufgeführten Person im Rahmen ihrer persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung.

Der Lizenzgeber und seine Partner lehnen jede Verantwortung für Konsequenzen aus unsachgemäsem oder zweckentfremdetem Gebrauch ab.