

Arbeitsblatt zum Buch "Heiß auf Kaltakquise" Planung mittels des Vertriebspipeline-Konzepts

Mit dem Vertriebspipeline-Konzept können Sie im Vorfeld nicht nur planen, wieviele Akquise-Maßnahmen Sie durchführen müssen. Sie wissen darüber hinaus auch genau, wann welche und wieviele Maßnahmen notwendig sind, um Ihr gesetztes Ziel zu erreichen. Das ist der große Vorteil dieser Planungsmethode. Sie arbeiten am Einfachsten, wenn Sie das Buch parallel dazu ab Seite 41ff bzw. ab Seite 45ff gelesen und die beiden folgenden Blätter daneben liegen haben.

Zunächst erläutere ich Ihnen die Grafik auf der folgenden Seite, so dass Sie im Anschluss auf der übernächsten Seite Ihre individuelle Vertriebspipeline ausfüllen können: Die weißen Ziffern in den roten Kreisen zeigen Ihnen die Reihenfolge der Vorgehensweise, d. h. welche Felder Sie Schritt für Schritt mit Ihren individuellen Werten füllen - los geht's:

In die Zelle 1 (1 im roten Kreis) kommt die Prozentzahl, wieviele "potenzielle Interessenten" Sie in die Phase "Interessenten" überführen können (entweder Sie kennen Ihre Quoten oder Sie schätzen sie). Die Zellen 2 bis 4 füllen Sie analog.

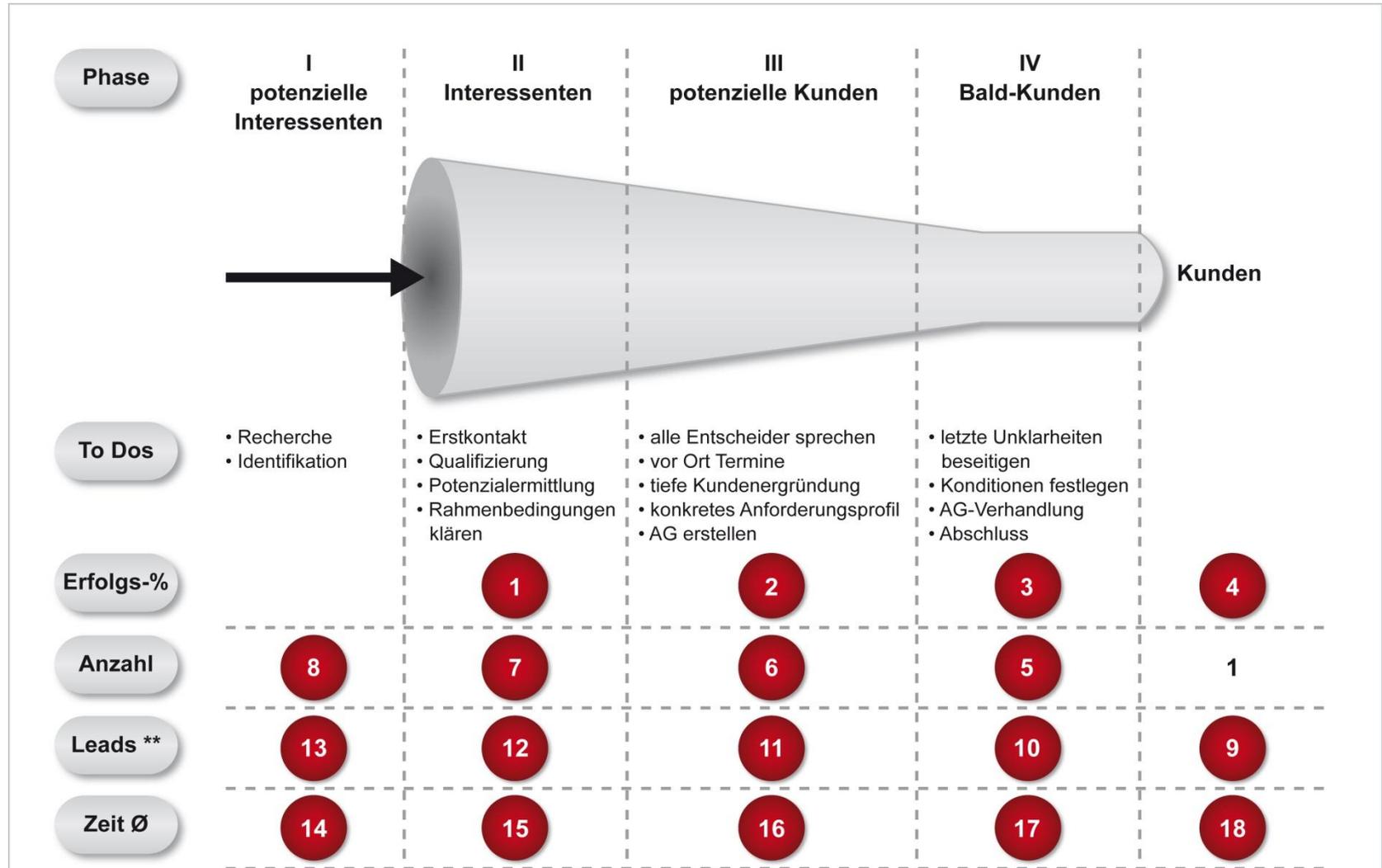
Als Nächstes multiplizieren Sie die (voreingetragene) Zahl "1" mit dem Multiplikator, der sich aus "100" geteilt durch den Prozentwert der darüber stehenden Zelle 4 ergibt und tragen das Ergebnis in Zelle 5 ein. Beispiel: wäre der Prozentwert in Zelle 4 z. B. 33%, so rechnen Sie $100/33=3$. Damit wäre der Multiplikator "3". Sie multiplizieren die voreingetragene "1" mit "3" und erhalten "3". Die "3" gehört nun in Zelle 5. Analog gehen Sie für die Zellen 6 bis 8 vor, d. h. Sie multiplizieren den gerade von Hand eingetragenen Wert aus Zelle 5 mit dem Multiplikator, der sich aus der Zelle 3 ergibt und tragen das Ergebnis in Zelle 6 ein usw. Nun wissen Sie, wieviele Leads (Akquise-Projekte) Sie je Phase benötigen, um 1 Neukunden zu gewinnen.

Die Zellen 9 bis 13 füllen Sie folgendermaßen: Sie multiplizieren den Wert der Zelle, die jeweils direkt darüber steht mit der Anzahl der von Ihnen gewünschten Anzahl Neukunden. Beispiel: Angenommen, Sie wollen 4 Neukunden gewinnen. Dann wäre der Wert, der in Zelle 9 stehen muss „4“: (voreingetragene) "1" mal „4“ Neukunden ergibt „4“. In Zelle 10 ergibt sich der Wert aus der Multiplikation des Werts der Zelle 5 mal „4“ Neukunden usw. Nun wissen Sie, wieviele Leads Sie je Phase benötigen, wieviel also vorne in die Pipeline rein muss, damit hinten Ihr gewünschtes Ziel herauskommt.

Nun tragen Sie in Zelle 14 bis 17 noch die Verweildauer eines Projekts je Phase ein. Die Werte von Zellen 14 bis 17 addieren Sie und tragen die Summe in Zelle 18 ein. Jetzt kennen Sie die Dauer Ihres Verkaufszyklus, d. h. wie lange Sie im Schnitt benötigen, um vom Erstkontakt bis Auftrag zu kommen. Dadurch wissen Sie, wann Sie mit Ihren Akquise-Maßnahmen starten müssen, um Ihre Ziel rechtzeitig zu erreichen: Nämlich zum Datum der gewünschten Zielerreichung minus der Dauer Ihres Verkaufszyklus'. Viel Erfolg!

Arbeitsblatt zum Buch "Heiß auf Kaltakquise"

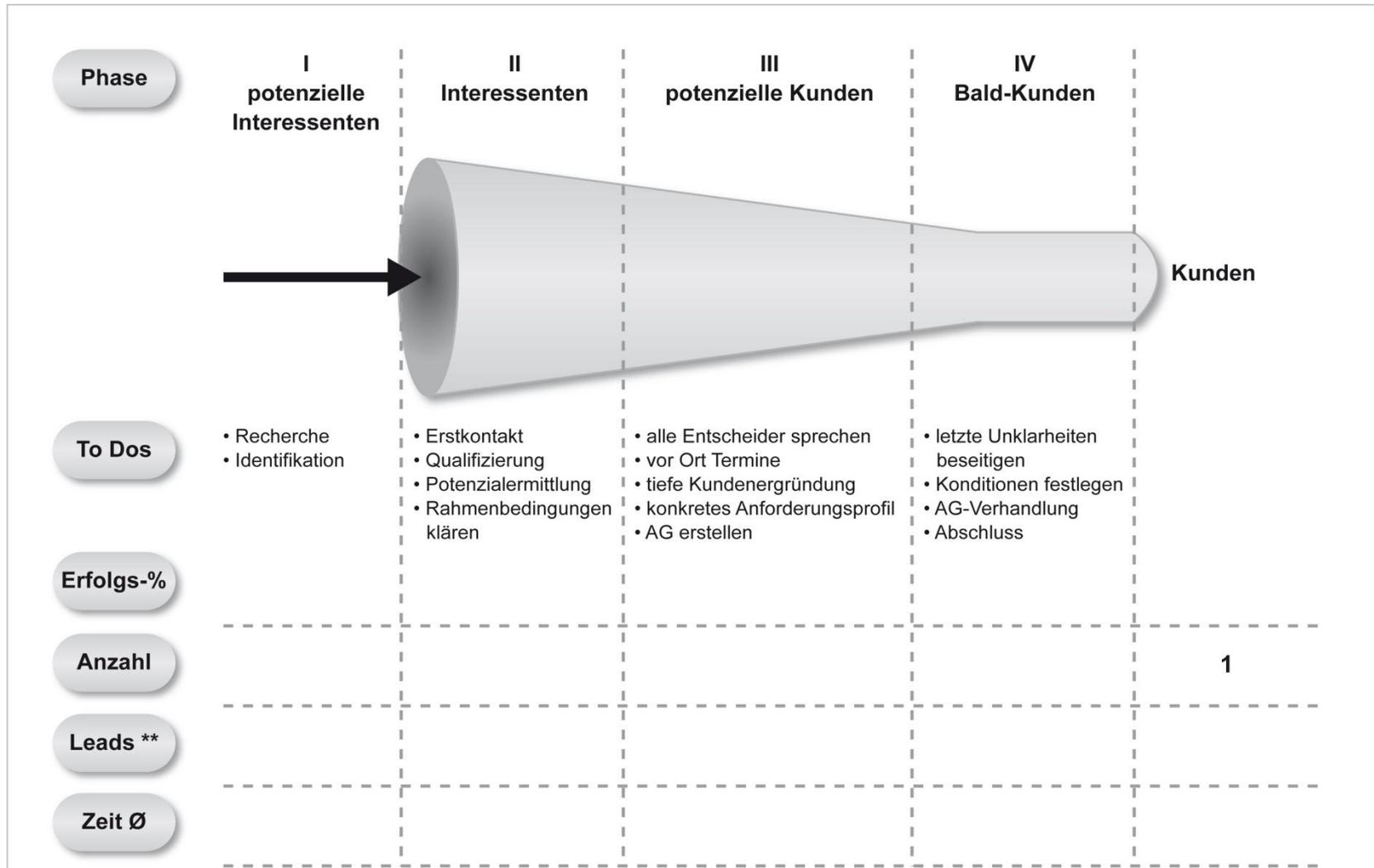
Planung mittels des Vertriebspipeline-Konzepts



** nötige Leads für Zielerreichung

Arbeitsblatt zum Buch "Heiß auf Kaltakquise"

Planung mittels des Vertriebspipeline-Konzepts



** nötige Leads für Zielerreichung