

Bevor Sie Ihre neue Stellung antreten ...

Checkliste

Aufgaben und Tätigkeiten in den ersten Wochen

Der erste Arbeitstag

- Kurze Rede vorbereitet
- Termine fixiert
- Erster Tag geplant und besprochen
- Buch vorbereitet (siehe Seite 33)

Analyse des Arbeitsbereichs

- Termine mit Kollegen und Mitarbeitern fixieren
- Aktennotizen über wichtige Erkenntnisse für spätere Entscheidungen erstellen
- Zusammenarbeit mit der Sekretärin festlegen

Zahlen analysieren

- Gesamtumsatz
- Umsatz pro Verkäufer
- Analyse des Zeiteinsatzes der Vertriebsmitarbeiter
- Entwicklung der Zahlen
- Ist/Soll-Vergleich der Aufträge
- Ist/Soll der Kosten der Abteilung
- Qualitätssicherung im Angebotswesen sicherstellen
- Vor- und Nachkalkulation prüfen

Fortsetzung Checkliste – Aufgaben und Tätigkeiten
in den ersten Wochen

Budget/Businessplan

- Analyse des bestehenden Budgets
- Kommentare zu bestehenden Abweichungen schriftlich festhalten
- Budget mit Vorgesetzten besprechen, eventuell neues Budget erstellen

Forecast

- Forecastsystem überprüfen oder einführen
- Abweichungen feststellen und schriftlich festhalten

Marketingplan

- Marketingplan analysieren
- Geplante Aktionen prüfen
- Mit Vertriebsmitarbeitern die weiteren Aktionen abstimmen

Persönliche Planung

- Zeitbilanz erstellen
- Kundenbesuche einplanen

Berichtswesen

- Berichtswesen einrichten, soweit nicht vorhanden
- Nach Abschluss der Analyse des Bereichs schriftlicher Bericht an die Geschäftsleitung

Fortsetzung Checkliste – Aufgaben und Tätigkeiten
in den ersten Wochen

Trainingsbedarf feststellen

- Trainingsplan aufstellen
- Trainer gezielt suchen
- Probetraining vereinbaren

Murphys neue Gesetze

Als Abschluss eine Sammlung von Sprüchen, die ich bei manchem Seminar nutze und die Sie bei unterschiedlichen Gelegenheiten im Geschäftsleben einsetzen können.

Ganz gleich, wie viel man tut, es ist nie genug.

Alles, was man gerade nicht macht, ist viel wichtiger als das, was man gerade tut.

Lasse deine Vorgesetzten nie wissen, dass du besser bist als sie.

Wenn alles andere versagt hat, versuchen Sie es mal mit dem Vorschlag des Chefs.

Egal, was schief geht, immer ist da jemand, der das schon im Voraus wusste.

Mitleid bekommt man geschenkt, Neid muss man sich erarbeiten.

Der Optimist hat nicht weniger oft Unrecht als der Pessimist, aber er lebt froher.

Wenn es dir gut geht, mache dir keine Sorgen: Das geht vorbei.

Der Mann, der lächelt, wenn etwas schief geht, hat an jemanden gedacht, den er verantwortlich machen kann.

Wenn sich Leute selbst zuhören müssten, würden sie viel weniger reden.

Weisheit besteht darin, zur richtigen Zeit auf Vollkommenheit zu verzichten.

Natürlich scheint die Sonne über Gerechte und Ungerechte. Nur die Gerechten erachten es als Geschenk, und die Ungerechten halten das für selbstverständlich.

Der Kunde, der am wenigsten bezahlt, meckert am meisten.

Ob Sie einen Haarschnitt brauchen, dürfen Sie nicht den Friseur fragen.

Fragen Sie nie einen Kaufmann, ob sein Preis gut ist.

Wer sein Leben so einrichtet, dass er niemals auf die Schnauze fallen kann, der darf nur auf dem Bauch kriechen.

Lerne zuzuhören, günstige Gelegenheiten klopfen manchmal nur sehr leise an Deine Tür!

Auch aus Steinen, die einem in den Weg gelegt werden, kann man ein schönes Muster legen!

Es geht nicht darum, dass Sie Ihre Kunden kennen. Es geht darum, dass Ihr Kunde Sie kennt.

Wenn Sie sich nicht vom Mitbewerber unterscheiden, sollten Sie besser einen niedrigeren Preis bieten.

Wir können unserem Kunden nur dann etwas erzählen, wenn wir Ihm auch zuhören.

Es kostet 10 mal mehr, einen neuen Kunden zu finden, als einen alten zu binden.

Menschen ändern sich nicht wirklich, sie passen sich der Situation nur solange an, bis der Alltag wieder Einzug hält.

Es gibt zwei Arten von Freunden: Die einen sind käuflich, die anderen sind unbezahlbar.

Der Kluge lässt sich belehren, der Unkluge weiß alles besser.

Sei vorsichtig damit, Freunden Geld zu leihen, Du könntest beides verlieren.

Kunden kaufen nur von Siegern. Leiden Sie mit Ihrem Kunden, aber jammern Sie nicht mit ihm. Im Jammertal werden keine Geschäfte gemacht.

Um Erfolg zu haben, braucht man manchmal nur auf dem Friedhof alter Ideen spazieren gehen und die Dinge bis zum Ende zu durchdenken!

Macht ist die Fähigkeit, nicht zuhören zu müssen, weil man das Sagen hat.

Literaturverzeichnis

- Ackerschott, Harald, *Strategische Vertriebssteuerung*, Wiesbaden (3. Auflage) 2001
- Ackerschott, Harald, *Karriere machen: Vertrieb*, Wiesbaden 2002
- Albers, Sönke/Haßmann, Volker/Tomczak, Thorsten, *Digitale Fachbibliothek: Verkauf*, Düsseldorf
- Biesel, Hartmut H., *Kundenmanagement im Multi-Channel-Vertrieb*, Wiesbaden 2002
- Biesel, Hartmut, *Turnaround im Vertrieb*, Wiesbaden 2004
- Biesel, Hartmut, *Vertriebsarbeit leicht gemacht*, Wiesbaden 2006
- Biesel, Hartmut H., *Key Account Management erfolgreich planen und umsetzen*, Wiesbaden (2. Auflage) 2007
- Detroy, Erich-Norbert/Schreiber, Peter, *Die 199 besten Checklisten und Kontrollpunkte für den Verkaufsleiter*, Landsberg 1997
- Detroy, Erich-Norbert, *Das große Handbuch für den Verkaufsleiter*, Landsberg 1998
- Fink, Klaus-J., *Bei Anruf Termin*, Wiesbaden (3. Auflage) 2005
- Fink, Klaus-J., *Empfehlungsmarketing*, Wiesbaden (4. Auflage) 2008
- Gottschling, Stefan, *Stark texten, mehr verkaufen*, Wiesbaden (3. Auflage) 2008
- Herndl, Karl, *Führen im Vertrieb*, Wiesbaden (3. Auflage) 2010
- Herndl, Karl, *Das 15-Minuten-Zielgespräch*, Wiesbaden (2. Auflage) 2010
- Herndl, Karl, *Führen und verkaufen mit der Kraft der Ordnung*, Wiesbaden (2. Auflage) 2012
- Kutzschenbach, Claus von, *Souverän führen*, Wiesbaden 1999
- Lasko, Wolf W., *Stammkunden profitabel managen*, Wiesbaden (5. Auflage) 2012
- Pepels, Werner, *Handbuch Vertrieb*, München 2002
- Pufahl, Mario, *Vertriebsstrategien für den Mittelstand*, Wiesbaden 2006

- Pufahl, Mario, *Vertriebscontrolling*, Wiesbaden (4. Auflage) 2012
- Seiwert, Lothar J., *Mehr Zeit für das Wesentliche*, München 2002
- Senner, Peter, *Acht Erfolgsdisziplinen für Verkaufsleiter*, Würzburg 2000
- Sickel, Christian, *Mehr Umsatz mit Kaltakquise und Direktbesuch*, Wiesbaden (2. Auflage) 2011

Der Autor

Helmut S. Durinkowitz war jahrelang im Verkauf und in Führungspositionen in Vertrieb und Marketing in Deutschland, in den USA und in Russland tätig. Seit 1988 ist er selbständiger Unternehmensberater und Trainer. Den Schwerpunkt seiner Verkaufsseminare bildet Kommunikations- und Verkaufsverhalten.



Wenn Sie Kontakt mit dem Autor aufnehmen möchten, wenden Sie sich bitte an:

Helmut S. Durinkowitz

Keltenweg 5/1

A-7100 Neusiedl am See

Tel.: +43 - 2167 - 20 1 29

Mobil: +43 - 665 - 510 35 80

E-Mail: helmut.durinkowitz@idee-training.at