

„Im Verkauf liegt der Segen!“

- Reorganisation des Verkaufssystems im Einzelhandel zur besseren Nutzung der Kundenfrequenz und deutliche Erhöhung der LUG -

Aufgabenstellung

Die paradiesischen Zustände der Kundenfrequenz Herr zu werden und die Kunden schubweise einzulassen sind endgültig vorbei. Konsumzurückhaltung und sinkendes Interesse der Endverbraucher, bei wachsendem Qualitätsbewusstsein und steigender Preisempfindlichkeit, kennzeichnet zur Zeit den Markt in Deutschland.

Der Handel muss in der Folge Frequenzrückgänge in Kauf nehmen, die Abschriften steigen und Umsätze gehen zurück. Die Wahrscheinlichkeit, dass dieser Zustand durch einen Wirtschaftsboom beendet wird, ist äußerst gering - wahrscheinlich sogar illusorisch.

Der Handel wird damit gezwungen, seine eher introvertierte Geschäftspolitik aufzugeben und extrovertierter im Markt zu agieren. Höhere Kundenfrequenzausnutzung, Kundenbindungssysteme, Steigerung der Durchschnittsbons und der Pro-Kopf-Stunden-Umsätze der Mitarbeiter sind Aufgaben, die zu bewältigen sind. Die Verkaufsstrategie muss überarbeitet werden, um sich den Marktanforderungen zu stellen und anzupassen.

Beratungsinhalte / Fragen auf die Antworten gefunden werden

- Welche strategische Ansätze verfolgen wir im Unternehmen?
- Wie klar ist/sind unsere Zielgruppe/n definiert und im Sortiment adressiert?
- Stimmen unsere Eckpreislagen mit den Erwartungen der Zielgruppe überein?
- Bieten wir in jeder Preislage die richtige Menge an?
- Erlaubt unser Kennzahlenmanagement rationale Entscheidungen und werden Entscheidungsspielräume genutzt?
- Welches Verkaufssystem haben wir und ist das System kompatibel zu den Zielgruppenbedürfnissen?
- Welche Personal-Struktur brauchen wir, um im Verkauf erfolgreich zu sein?
- Welche Kundenbindungsprogramme können uns helfen einen Sog nach unserer Leistung entstehen zu lassen?

- Wie lassen sich die Einkaufs-Potenziale unserer Kunden besser nutzen (Frequenzausschöpfung)?
- Wie erhöhen wir das Engagement der Führungskräfte und Mitarbeiter im Verkauf?
- Arbeiten die Mitarbeiter und Führungskräfte im Verkauf effektiv zusammen?
- Welches qualitative Wachstum brauchen wir, um Personalausdünnungen zu kompensieren?
- Was brauchen wir auf dem Weg vom produktorientierten Unternehmen, hin zu einem dienstleistungsorientierten Anbieter?
- Welches Service-Konzept brauchen wir um erfolgreich gegen den Wettbewerb zu bestehen?
- Wie machen wir über leistungsbezogene Bezahlung und Leistungsbewertung zusätzliche Mitarbeiter-Energie frei?

Unser Beratungssystem

Wir arbeiten grundsätzlich im Workshop-Consulting um die Fähigkeiten und das Wissen der Leistungsträger in Ihrem Unternehmen nutzbar zu machen.

- 1. Schritt: Analyse-Workshop (2 Tage)
 Wo stehen wir, welche Ressourcen haben wir und welche Fähigkeiten müssen wir neu schaffen...
- 2. Schritt: Ziele und Maßnahmen für die Neustrukturierung des Verkaufs (2 Tage)
- 3. Schritt: Begleitung bei der Umsetzung der Maßnahmen und ggf. Know-how-Transfer
 (Fortschrittskontrollworkshops, Seminare, Coaching)