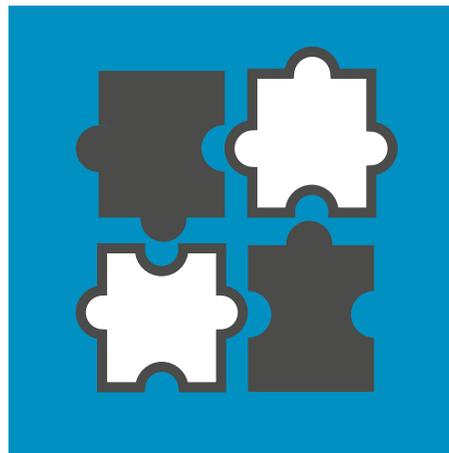
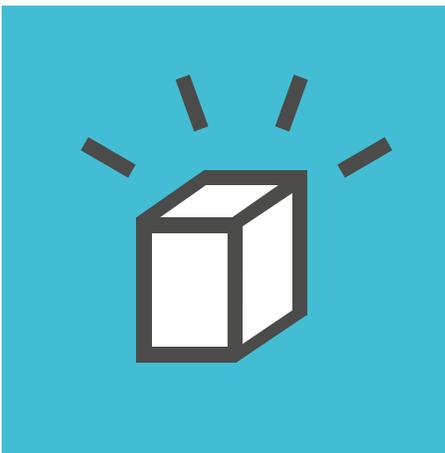


Konzeptverkauf: Strategie der Sieger



- Kennt Ihr Vertrieb den Unterschied zwischen **Produktverkauf** und **Konzeptverkauf**?
- Kennt Ihr Vertrieb die zentralen **Bausteine** des Konzeptverkaufs?
- Wie gut kennt Ihr Vertrieb seine **Kunden**, deren Strategie und Ziele?
- Verwendet Ihr Vertrieb Argumente aus den Bereichen **Shopper- und Kategoriewissen**?
- Können Ihre Key Account Manager Kennziffern wie **Käuferpotenzial** oder **Umsatzpotenzialausschöpfung** gezielt im Kundengespräch einsetzen?
- Passt Ihr KAM seine Argumentation dem Gesprächsanlass an, wie z.B. **Listungs-, Promotion- oder Statusgespräch**?

Produktverkauf war gestern

Es ist häufig noch üblich, dass der Hersteller seinem Handelspartner Produkte anbietet, die in erster Linie nur seinen Interessen dienen. Dies führt dazu, dass der Handelspartner um den „Gefallen“ gebeten wird, das Produkt des Herstellers zu listen. Häufige Argumente sind Produkteigenschaften und Marketingversprechen, das letztlich überzeugende Argument besteht hingegen allzu oft nur aus drei Buchstaben: WKZ.

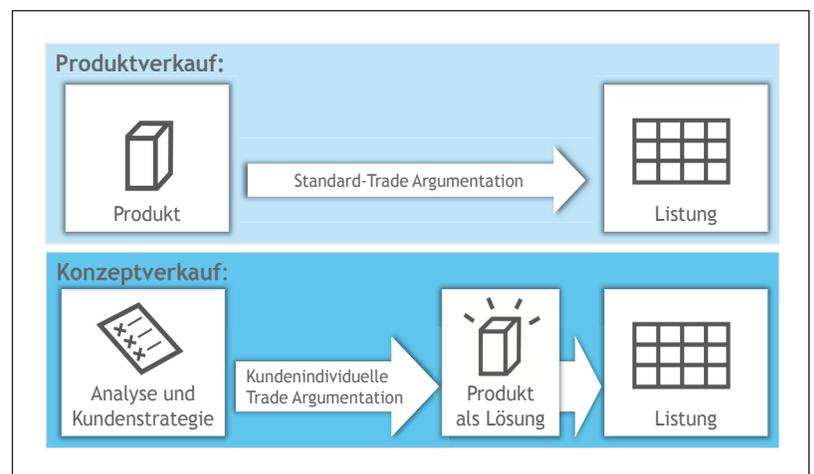
Wer jedoch zu den Siegern gehören möchte, geht anders vor: Er präsentiert ein Produkt, mit welchem er die Probleme des Kunden bzw. der Kategorie löst. Damit unterstreicht er seine Kompetenz und die Fähigkeit, auf die Markt- und Kundenerfordernisse einzugehen. Seine Verkäufer sind in der Lage, das Produkt nachvollziehbar als Problemlösung zu verkaufen.

Der Hersteller macht sich damit zum gefragten Partner des Handels und wird mit diesem Konzeptverkauf seinen Wettbewerbern immer einen Tick voraus sein.

Vier Bausteine des Konzeptverkaufs



Vom Produkt zum Konzeptverkauf



Unser Ansatz

Wir analysieren, inwieweit bei Ihnen der Wechsel vom Produkt- zum Konzeptverkauf bereits stattgefunden hat. Wir unterstützen Sie bei der zielgerichteten Kundenanalyse und der Ableitung von geeigneten Maßnahmen. Wir schulen und trainieren Ihre Mitarbeiter im Umgang mit den nötigen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen und der Interpretation von relevanten Handels- und Haushalts-Panel-Daten.

Wir analysieren beispielhaft Ihre Gesprächsunterlagen und erstellen mit Ihren Mitarbeitern schlagkräftige Unterlagen für bevorstehende Verkaufsgespräche. Wir trainieren Ihre Mitarbeiter in klassischen Verkaufssituationen oder coachen diese im Rahmen eines „Training on the Job“.

Entscheiden Sie sich für die Strategie der Sieger! Wir unterstützen Sie auf diesem Weg.

plan + impuls

Gesellschaft für Marktforschung & Beratung am POS mbH

Robert-Koch-Str. 1 | 80538 München

Tel +49 89 54 03 18 0 | Fax +49 89 54 03 18 11

Email: info@planundimpuls.de

www.planundimpuls.de | www.handelsmafo.de



plan + impuls