

## Praxis-Tipps für Führungskräfte und Mitarbeiter im Verkauf - von Jürgen Florack



### 2023 wird effektiver

Sie haben Ihre Ziele für 2023 definiert. Sie haben Ihre Strategie entwickelt, mit der Sie diese Ziele erreichen wollen. Und Sie haben ganz konkrete Aktionspläne, mit denen Ihr Team diese Strategie umsetzen will.

Aber wie können Sie wissen, ob die Strategie wirklich aufgeht? Eine möglichst genaue Vorhersage dazu und ein Bild vom aktuellen Stand sind enorm wichtig. Denn wenn nach ein, zwei oder drei Quartalen die belastbaren Zahlen und zuverlässigen Hochrechnungen für das Jahr vorliegen, kann es für einen Strategiewechsel oder zusätzliche Aktivitäten schon zu spät sein.

Die Lösung: Sie messen nicht allein, ob Ziele und Zwischenziele erreicht sind. Sie messen zusätzlich von Anfang an die Effektivität Ihres Teams. Statt allein Umsätze zu summieren oder Abschlüsse zu zählen, messen Sie, was bei der aktuellen Arbeit im Verkauf tatsächlich herauskommt. Das können Sie an vielen Stellen tun, zum Beispiel:

- bei der Zahl neuer Erstgespräche,
- bei der Zahl von Zweit- oder Drittgesprächen oder
- bei der erwarteten Abschlussgröße von Neukontakten.

Wer solche Kennzahlen beobachtet, kann sehr früh sehen, ob die Verkäufer im Team in die richtige Richtung gehen, ob die Strategie funktioniert und ob das Erreichen der Ziele daher wahrscheinlich ist.

Nun gibt es theoretisch eine riesige Menge möglicher Kennzahlen, mit denen Sie die Effektivität messen könnten. Auf den folgenden Seiten gebe ich Ihnen deshalb als Anregung ein einfaches System von fünf Kennzahlen an die Hand, die sich in der Praxis bewährt haben. Damit Ihr Jahr 2023 noch effektiver wird.

Ihr

Jürgen Florack

Den Titelbeitrag können Sie auch als Audio-Datei zum Hören herunterladen:

<https://florack.intem.de/coaching-brief/leser-service.php>

### Inhalt

- Ziele 2023 sicherer erreichen: Mit diesen 5 einfachen Kennzahlen messen und steigern Sie die Effektivität
- 3 einfache Fragen, mit denen Sie im ersten Verkaufsgespräch gute Stimmung erzeugen
- VUCA-Jahr 2023: Wie Sie Ihren Mitarbeitern dabei helfen, zielgerichtet und selbstbewusst zu arbeiten

### Kontakt:

Jürgen Florack  
Eichenstr. 166 • 41238 Mönchengladbach  
Tel. +49 2166 - 67 67 55  
Mobil +49 151 - 223 177 12  
<https://govend.de>  
<https://touristik.coach/> • [j.florack@govend.de](mailto:j.florack@govend.de)



**Mit diesen fünf Kennzahlen können Sie die Effektivität Ihres Teams messen und verbessern. Und vor allem können Sie früh und aktuell Voraussagen machen, wenn Sie Kennzahlen beobachten. Wo Sie Lücken erkennen, können Sie Ihre Mitarbeiter durch Schulungen und Coachings voranbringen, um Ihre Ziele sicherer zu erreichen.**

## **Ziele 2023 sicherer erreichen: Mit diesen 5 einfachen Kennzahlen messen und steigern Sie die Effektivität**

Welche Kennzahlen Sie nutzen, um die Effektivität Ihres Teams und Ihrer Mitarbeiter zu messen, kann von Ihrem Unternehmen und Ihrer Branche abhängen. Die folgenden fünf haben sich bewährt, um früh Vorhersagen zu treffen und um festzustellen, ob das Verkaufsteam auf dem richtigen Weg ist – und das lange, bevor es verlässliche Umsatz- und Abschlusszahlen gibt. Wenn Sie jetzt verstärkt die Effektivität messen und steigern wollen, sind diese fünf Kennzahlen ein guter Start.

### **1. Zahl der Erstgespräche**

Die erste Kennzahl ist auf den ersten Blick einfach: Es handelt sich um die Zahl der Erstgespräche mit möglichen neuen Kunden, die Ihre Verkäufer führen – zum Beispiel pro Woche oder Monat. Daraus lässt sich früh hochrechnen, wie viele Abschlüsse in den folgenden Wochen oder Monaten wahrscheinlich erreicht werden können.

Das funktioniert aber nur dann zuverlässig, wenn Sie eine weitere wichtige Zahl kennen: die Abschlussrate, also die Zahl der erfolgreichen Abschlüsse. Oder anders ausgedrückt: Wie viele Neukundenkontakte brauchen Ihre Mitarbeiter im Durchschnitt, um einen Abschluss zu erzielen? Nur wenn Sie diese durchschnittliche Abschlussrate kennen, kann die Hochrechnung verlässliche Aussagen über zukünftige Abschlüsse machen.

Wichtig dabei: Eine hohe Zahl von Erstgesprächen ist nicht notwendigerweise ein gutes Zeichen. Wenn die Umsatzziele am Ende des Quartals oder Jahres trotz vieler Neukundenkontakte nicht erreicht werden, ist das ein Hinweis darauf, dass Verkäufer nicht effektiv arbeiten oder die falschen Kunden ansprechen.

Umso wichtiger ist es, die Zahl der Erstkontakte und die Abschlussrate zu kennen: Sie erlauben eine gute Vorhersage und geben Auskunft über die Chancennutzung.

### **2. Zahl der Zweitgespräche**

Bei der zweiten Kennzahl geht es um die Fähigkeit, aus einem ersten Gespräch eine echte Abschlusschance zu machen und den Verkaufsprozess in Gang zu bringen.

Dazu ist es nötig, den eigenen üblichen Verkaufsprozess zu definieren. Vereinfacht könnte er zum Beispiel so aussehen: Erstgespräch, Präsentation, Angebotsphase, Abschluss. Dann liegt es nahe zu messen, aus wie vielen Erstgesprächen ein nächstes Treffen oder eine Präsentation wird.

In Verbindung mit Kennzahl 1 können Sie so Ihre Vorhersagen weiter verbessern. Und Sie können früh mögliche Hindernisse identifizieren. Ist zum Beispiel die Zahl der Erstgespräche hoch (Kennzahl 1), die Zahl der Zweitgespräche aber niedrig (Kennzahl 2), können Sie daraus schließen,

#### **Extra-Tipp:**

Entscheidend für den Erfolg Ihrer Vorhersagen mit diesen Kennzahlen und Frühindikatoren: Die entsprechenden Zahlen müssen möglichst zuverlässig ermittelt werden und immer aktualisiert abrufbar sein. Wichtig ist also, dass Sie hierfür ein verbindliches System festlegen.



dass mit den Leads oder der Kundenansprache etwas nicht stimmt. Die Verkäufer arbeiten also ineffektiv. Dann würde es nichts bringen, beispielsweise die Zahl der Erstgespräche zu erhöhen, weil noch mehr Zeit ineffektiv verbraucht würde. Mögliche Sofortmaßnahmen wären also, die Qualität der Leads zu überprüfen und die Mitarbeiter für das Erstgespräch zu coachen.

### 3. Zeit zwischen den Kundenkontakten

Zeit ist immer ein wesentlicher Faktor im Verkauf. Nicht umsonst heißt es: „Der frühe Vogel fängt den Wurm.“ Wer innerhalb der ersten Stunde auf eine Kundenanfrage oder -rückmeldung reagiert, ist erheblich erfolgreicher als der Verkäufer, der sich erst nach 24 Stunden meldet. Und: Wenn ein Verkäufer schnell reagiert, hält er die Geschwindigkeit hoch und animiert den Kunden, seinerseits schnell voranzugehen.

**Das heißt für Sie:** Messen Sie die Zeiten, die Ihre Verkäufer brauchen, um Kunden zu kontaktieren. Und messen Sie die Zeiten, die zwischen den Kontakten im Verkaufsprozess liegen. Auch wenn diese Zeiten je nach Branche variieren können, ist es wichtig, Benchmarks für Ihr Verkaufsteam festzulegen, um sicherzustellen, dass alle potenziellen Kunden innerhalb eines angemessenen Zeitrahmens kontaktiert werden und das Momentum im Verkaufsprozess nicht verloren geht.

### 4. Erwartete Abschlussgröße

Nicht alle Chancen sind gleich. Einige mögliche Neukunden sind wertvoller als andere. Deshalb ist die erwartete Abschlussgröße eine wichtige Kennzahl. Viele, die zum ersten Mal mit dieser Kennzahl arbeiten, stellen mit Schrecken fest, dass sie immer wieder zu viel Zeit in Interessenten investieren, die allenfalls das Potenzial für B- oder C-Kunden haben. Das ist wichtige Zeit, die für lukrative Neukunden verloren ist.

Vielfach lassen sich solche Kunden, die nicht zu Ihnen passen, schon durch gute Recherche und Vorbereitung aussortieren. Wenn das nicht möglich ist, müssen Ihre Mitarbeiter im Erstgespräch gezielt Informationen sammeln, um die mögliche Abschlussgröße zu schätzen. Voraussetzung für beides ist, dass Sie Kennzahlen für die Abschlussgröße haben und daraus wiederum Benchmarks ableiten.

### 5. Neukundenrate

Wie viele Neukunden gewinnt Ihr Team oder ein einzelner Verkäufer pro Woche, Monat, Quartal oder Jahr? Das ist eine interessante Kennzahl, mit der Sie Voraussagen treffen und die Effektivität messen können. Zumindest bekommen Sie eine gute Momentaufnahme des allgemeinen Verkaufserfolgs des jeweiligen Mitarbeiters oder Teams. Diese Kennzahl kann auch dabei helfen, Lücken in den Fähigkeiten und der Verkaufserfahrung der verschiedenen Mitarbeiter zu erkennen.

Doch diese Kennzahl können Sie auch nutzen, um Potenziale besser auszuschöpfen und um Mitarbeiter effektiver einzusetzen.

**Beispiel:** Sie haben Ihre Verkaufsmitarbeiter oder -teams verschiedenen Vertriebsgebieten zugeordnet. Team A ist für Gebiet A zuständig, Team B für Region B usw. Nun verfolgen Sie die Zahl der monatlichen Neukunden und vergleichen zwischen den Gebieten. Steigt beispielsweise die Zahl der Neukunden in B stark an, kann dies ein Zeichen dafür sein, dass der Bedarf aus Kundensicht in B aktuell besonders hoch ist. Dann kann es sinnvoll sein, Mitarbeiter von Team A abzuziehen, um Team B zu verstärken und die günstige Situation zu nutzen.

## **3 einfache Fragen, mit denen Sie im ersten Verkaufsgespräch gute Stimmung erzeugen**

Eine der wichtigsten Erkenntnisse im Verkauf lautet: Potenzielle Kunden interessieren sich wenig für Ihr Unternehmen oder Ihre Lösung. Sie wollen nur wissen, wie Sie ihnen helfen können, die gewünschten Ergebnisse zu erzielen. Doch Kunden lassen sich nur helfen, wenn sie Vertrauen haben. Deshalb ist der Beziehungsaufbau zu Beginn jedes Gesprächs so wichtig. Die Herausforderung dabei: In früheren Zeiten war es üblich, den Beziehungsaufbau mit persönlichen Fragen und dem üblichen Small Talk zu starten. Heute empfinden das viele Kunden als Zeitverschwendung, weil Calls und Meetings eng getaktet sind. Deshalb hier drei Fragen für Erstgespräche, mit denen Sie einen persönlichen Draht aufbauen können – ohne typische Small-Talk-Floskeln.

### **Extra-Tipp:**

Stellen Sie solche Fragen zum Beziehungsaufbau nicht unbedingt sofort zu Beginn eines Gesprächs. Viele Neukunden wollen keine Zeit damit verschwenden, eine Beziehung zu jemandem aufzubauen, der ihnen nicht helfen kann, bessere Ergebnisse zu erzielen. Stellen Sie die geschäftlichen Fragen in den Vordergrund und streuen Sie den Beziehungsaufbau an passender Stelle ein. So beweisen Sie, dass Sie ein Profi sind.

### **Frage 1: Wie lange arbeiten Sie schon für das Unternehmen XYZ?**

Das ist eine gute Frage, um persönliches Interesse zu zeigen und dabei gleichzeitig auf professioneller Ebene zu bleiben. Außerdem kann Ihnen die Antwort wichtige Informationen liefern: Zum Beispiel können Sie mehr darüber herausfinden, wie erfahren Ihr Gesprächspartner ist und ob er die Kaufentscheidung trifft.

Die meisten Menschen werden diese Frage nicht einfach mit einem knappen Satz „Seit einem Jahr“ oder Ähnlichem beantworten. Die meisten werden die Gelegenheit nutzen, etwas über sich zu erzählen. Diesen Impuls können Sie mit weiteren Nachfragen verstärken, beispielsweise: „Was gefällt Ihnen an dem Unternehmen oder Ihrer Aufgabe besonders?“ Oder: „Was sind Ihre wichtigsten Ziele?“ So bekommt Ihr Gesprächspartner das Gefühl, dass Sie sich tatsächlich interessieren.

### **Frage 2: Stellen Sie sich vor, Ihre Herausforderungen wären gelöst. Was würden Sie tun?**

Eine Frage wie diese können Sie gut nutzen, wenn im ersten Gespräch die Herausforderung oder die Wünsche des Kunden schon umrissen sind. Das Ziel: Der Kunde beginnt, sich die Zukunft vorzustellen, und nimmt das gute Gefühl vorweg, einen Erfolg erzielt zu haben. Dieses gute Gefühl ist nun mit Ihrem Gespräch verbunden.

### **Frage 3: Was ist der beste Weg, wie jemand in meiner Position Ihnen bei der Verfolgung dieser Ziele helfen kann?**

Eine Frage wie diese ist gleich aus mehreren Gründen gut für den Beziehungsaufbau und die Stimmung: Sie zeigen dem Kunden, dass Sie seine Herausforderung zu Ihrer gemacht haben. Gleichzeitig kommen Sie nicht sofort mit einer fertigen Standardlösung. Sie spielen dem Kunden den Ball zu. Sie wollen wissen, wie Sie das Beste für den Kunden erreichen können, und zeigen, dass Sie Ihre Lösung an die speziellen Bedürfnisse anpassen können.

**Die Zukunft und die Märkte bleiben unsicher. Das können Sie als Führungskraft nicht ändern. Was Sie aber tun können: Ihre Mitarbeiter stärken, damit sie ihre Arbeit weiter motiviert und erfolgreich machen können.**

## **VUCA-Jahr 2023: Wie Sie Ihren Mitarbeitern dabei helfen, zielgerichtet und selbstbewusst zu arbeiten**

Niemand weiß, welche Überraschungen das Jahr 2023 nach Pandemie, Krieg und Krise bringen wird. Wahrscheinlich ist nur, dass es ein weiteres VUCA-Jahr sein wird. Die Abkürzung steht für:

- Volatility („Volatilität“): Unbeständigkeit, Schwankungen und Schnelllebigkeit
- Uncertainty („Unsicherheit“): Die Zukunft ist schwer vorhersehbar und unsicher. Es ist unklar, was passieren wird.
- Complexity („Komplexität“): Die Welt ist komplexer geworden. Herausforderungen sind vielschichtig und schwer zu verstehen.
- Ambiguity („Mehrdeutigkeit“): Es gibt keine einfachen Erklärungen und Lösungen mehr.

Für Unternehmen, für den Verkauf und für Mitarbeiter heißt das: Sie müssen sich auf immer wieder unerwartet wechselnde, neue Marktstrukturen, unkalkulierbare Preise, abspringende Kunden und vieles mehr einstellen. Bei immer mehr Mitarbeitern führt das zu Zweifeln und Ängsten, die die Handlungsenergie für die täglichen Aufgaben hemmen und so den Erfolg infrage stellen können. Eine Negativspirale droht! Führungskräfte haben in dieser Situation die Aufgabe, ihre Teams zu stärken, damit sie zielgerichtet und selbstbewusst weiterarbeiten können. Hier sind zwei Strategien:

### **Strategie 1: Schaffen Sie Sicherheit, wann immer Sie können**

So wie Ihre Kunden brauchen Ihre Mitarbeiter am dringendsten Sicherheit. Schaffen Sie also ein Gefühl der Sicherheit, wann immer Sie können. Zum Beispiel so: Sorgen Sie für regelmäßige Updates.

Teilen Sie jede Woche in Ihren Team-Meetings die neuesten strategischen Updates Ihrer Führungsspitze aus, lassen Sie Ihr Team seine Bedenken äußern und Ideen zu deren Beseitigung entwickeln.

Schaffen Sie mehr Routinen und klare Arbeitsabläufe. Solche Gewohnheiten können wie Rituale Halt geben und Mitarbeitern die Gewissheit vermitteln, dass sie als Teil Ihres Unternehmens sicher sind.

### **Strategie 2: Stärkung durch persönliches Training**

Als Führungskraft können Sie eine hilfreiche Leitfigur sein und durch Ruhe und Selbstsicherheit Orientierung geben. Was Sie aber nicht können, ist, jedem Mitarbeiter ein intensive Coaching zu geben, mit dem er persönliche Zweifel und Ängste überwinden kann.

Deshalb ist es so wichtig, in dieser Zeit mit spezialisierten Coaches und Trainern zu arbeiten, die von außen kommen und in Teams- oder One-to-One-Trainings Ihren Mitarbeitern zeigen, wie sie Ängste überwinden, ihre Stimmung managen und mental stärker werden können.

**Mein Service:**  
Sie wollen in diesem speziellen Jahr 2023 mehr für Ihre Mitarbeiter tun? Dann fordern Sie meine Checkliste mit vier Anregungen für mehr Sicherheit an! Auf Seite 6 sehen Sie, wie Sie die Checkliste sofort kostenlos bekommen.

# Nutzen Sie jetzt meinen Premium-Service

Als Leser meines INtem® Coaching-Briefs haben Sie jeden Monat exklusiv die Möglichkeit, kostenlos die aktuelle Leser-Service-Datei anzufordern. Sie erhalten zusätzliche Checklisten, Arbeitshilfen oder weiterführende Informationen, mit denen Sie die Tipps und Strategien aus dem Coaching-Brief umsetzen können. In diesem Monat:

## Checkliste: 4 Aktivitäten, mit denen Sie und Ihre Mitarbeiter Sicherheit wiederfinden

Besonders in herausfordernden Zeiten muss selbst der beste Verkäufer mehr Resilienz entwickeln. Selbstzweifel sind weit verbreitet. Wichtig ist deshalb jetzt die Fähigkeit, diese zu überwinden und sich aus einem Tief mit frischer Motivation wieder herauszuarbeiten. In einer Checkliste habe ich dazu vier Anregungen zusammengestellt.

Die Checkliste sende ich Ihnen umgehend kostenlos als PDF-Datei. Klicken Sie dazu einfach auf den folgenden Link:

<https://florack.intem.de/coaching-brief/leser-service.php>



Sie erhalten die Checkliste kostenlos als PDF-Datei.

Wenn Sie sehen wollen, was ich noch für Sie tun kann, vernetzen wir uns:

- [https://www.xing.com/profile/Juergen\\_Florack2](https://www.xing.com/profile/Juergen_Florack2)
- <https://www.linkedin.com/in/juergen-florack-287b434/>
- <https://www.facebook.com/GOVEND2012>
- [https://twitter.com/Juergen\\_Florack](https://twitter.com/Juergen_Florack)

**Rückruf-Service:** Sie haben eine Frage zum Coaching-Brief? Oder benötigen Sie eine Kurzberatung? Dann senden Sie mir einfach eine E-Mail mit dem Wunschtermin, zu dem ich Sie am besten erreichen kann. Meine E-Mail-Adresse lautet:

[j.florack@govend.de](mailto:j.florack@govend.de)