



Ing. Wolfgang Herrnhof, Verkaufsexperte von HOW TO WIN

Mit dem eSPO verkauft der Verkäufer nur mehr an seine idealen Kunden. So steigert er von Beginn an seine Abschlusschance.

Schneller zu größeren Aufträgen!

Neue Verkaufssoftware aus Kärnten sorgt für Aufsehen am Markt

IM APRIL 2008 brachte on top als einziges Medium ein Interview zur Verkaufssoftware eSPO, das am Markt für Aufsehen sorgt. Ende Mai wurde eSPO mit dem 1. Platz beim IKT Preis 2008 des KWF ausgezeichnet. Mit Oktober steht der breite Marktstart bevor. Grund genug, eines der Masterminds hinter eSPO, Verkaufsexperte Wolfgang Herrnhof, zu einem Interview zu bitten.

Was macht das Wesen der Software eSPO aus?

Herrnhof: Der größte Hebel im Verkauf ist der Verkaufsprozess, d.h. alles das, was Sie als Verkäufer, Verkaufsleiter tun müssen, um schnell zu großen Aufträgen zu kommen. Die Sales Intelligence Software eSPO (electronic Sales Process Optimizer) visualisiert den Verkaufsprozess und unterstützt Verkäufer, Verkaufsleitung und Management.

Was sind die kritischen Erfolgsfaktoren im Verkaufsprozess?

Herrnhof: Zielgruppenfokus, hohe Schlagzahl, hohe Schlagkraft, Kompetenz & Persönlichkeit. Und: Keine Kompromisse!

Was machen erfolgreiche Verkäufer besser?

Herrnhof: Top-Verkäufer verkaufen an klar abgegrenzte Zielgruppen. Top-Verkäufer qualifizieren ihre Kunden sehr, sehr früh im Verkaufsprozess. Sie verkaufen aktiv nur an Kunden, die dem Profil ihrer idealen Kunden möglichst nahe kommen. Kunden, bei denen nur geringe Erfolgschancen bestehen, scheiden sie sehr rasch aus.

Wie unterstützt eSPO den Verkäufer dabei?

Herrnhof: eSPO setzt dort auf, wo klassische CRM Systeme enden. eSPO zeigt auf einen Blick, wie viele neue Kontakte generiert wurden. Für jede Zielgruppe können K.O.-Kriterien definiert werden, anhand derer der Verkäufer entscheidet, ob er seine wertvolle Verkaufszeit investiert oder nicht.

Nennen Sie uns ein Beispiel für K.O.-Kriterien aus der Praxis.

Herrnhof: Nehmen wir die Fertighausbranche. Hier machen folgende K.O.-Kriterien Sinn: Nennt der Kunde alle seine Kontaktdaten? Kennen wir den geplanten Baubeginn? Ist ein Baugrund in absehbarer

Zeit vorhanden? Nennt der Kunde seine Budgetvorstellungen und passt sein Budget zu unserem Angebot?

Was bringt das dem Verkäufer?

Herrnhof: Der Verkäufer verkauft nur mehr an seine idealen Kunden. So steigert er von Beginn an seine Abschlusschance. Mit hoher Schlagzahl füllt er zudem viele dieser idealen Projekte in seinen Verkaufstrichter. Das Ergebnis sind viele Top-Projekte mit höchster Abschlusswahrscheinlichkeit, bei denen die Ressourcen optimal eingesetzt sind.

LESEN SIE IM NÄCHSTEN ontop: Schneller zu größeren Aufträgen! Mit der pab.pab© Methode qualifizieren Sie Ihre Verkaufschancen in nur wenigen Minuten.

on top[®] 

Nähere Informationen:
HOW TO WIN:
www.how-to-win.at
 E-Mail: wolfgang.herrnhof@how-to-win.at
 Telefon: 0664 1713266