

Kleinunternehmen

salesforce

Ihr ultimativer Ratgeber für nachhaltiges Wachstum

Experten-Tipps und -Tools für das erfolgreiche
Wachstum Ihres Unternehmens

MIT DER EXKLUSIVEN E-BOOK REIHE

*Wir machen Vertrieb: Praktische
Wegweiser für Start-ups*



Inhalt

- 1 Planen Sie das Wachstum Ihres Unternehmens **s. 3**
- 2 Bereiten Sie sich auf das Wachstum vor **s. 6**
- 3 Evaluieren und optimieren Sie Ihre Tools **s. 9**



Willkommen zu unserem E-Book „So wächst Ihr Unternehmen schneller“

Astro und seine Freunde sind als Guides für Sie im Einsatz. Wir bieten Ihnen zahlreiche Erkenntnisse, Tools und Tipps auf Ihrem Pfad zum Unternehmenswachstum.

Einführung

Der Weg zum Wachstum kann mitunter steinig sein. Aber es gibt drei Faktoren, mit denen Sie Ihre Reise entspannter gestalten können: Ihr Plan, Ihre Vorbereitung und die Werkzeuge und Lösungen, die Sie brauchen, um Ihre Vision umzusetzen. Dieses Kit bietet Ihnen eine Orientierung für alle drei Bereiche. Ganz gleich, ob Sie Ihr Ziel gerade erst anvisieren oder sich schon auf den Weg gemacht haben – in diesem Leitfaden finden Sie sicherlich einige hilfreiche Erkenntnisse.

Planen Sie das Wachstum Ihres Unternehmens

Für das Wachstum Ihres Unternehmens müssen Sie oft steile Hindernisse überwinden, insbesondere, wenn Sie nicht genau wissen, wohin Sie eigentlich gehen möchten. Wie können Sie also Ihre Route bestimmen?

Als Marktführer im Bereich Vertriebstools und -unterstützung ist Salesforce selbst in den letzten Jahren enorm gewachsen. Aber wir sind nicht nur wegen der Produkte, die wir verkaufen, so rasant gewachsen. Dahinter steht ein Plan, den wir den V2MOM-Prozess genannt haben. V2MOM steht für „vision, values, methods, obstacles, measures“ (Vision, Werte, Methoden, Hindernisse und Kennzahlen).

Diese Begriffe beschreiben die fünf wichtigsten Fragen, die auch Sie sich stellen sollten, wenn Ihr Unternehmen wachsen soll:

Vision: Was wollen wir erreichen?

Werte: Was ist dabei wichtig?

Methoden: Wie erreichen wir unser Ziel?

Hindernisse: Was könnte im Weg stehen?

Kennzahlen: Wie ermitteln wir, ob wir das Gewünschte erreicht haben?



Vision



Werte



Methoden



Hindernisse



Kennzahlen

Diese 4 Schritte helfen Ihnen bei der Planung:



Planen Sie Ihren V2MOM-Prozess



Kommunizieren Sie ihn an Ihre Mitarbeiter und sichern Sie sich deren Unterstützung zu.



Dann sollte jedes Team seinen eigenen Prozess entwerfen und anschließend jeder einzelne Mitarbeiter.



Überprüfen Sie die Fortschritte in regelmäßigen Abständen.

Der Prozess besteht jedoch nicht nur aus der Beantwortung der Fragen. Seine Stärke beruht darauf, dass Sie Ihre Antworten mit Ihrem Team teilen und Ihr Team darum bitten, die Fragen – jeweils mit ihren eigenen Antworten im Hinterkopf – ebenfalls zu beantworten. *(Wenn Ihre Vision beispielsweise X ist, sollte die Vision Ihres Teams X vervollständigen.)*

Wenn Ihr Team dann seine Antworten formuliert hat, wird der gleiche Prozess erneut mit deren Teams (und so weiter) angestoßen. So richtet sich das gesamte Unternehmen an den Antworten aus. Diese gemeinsame Ausrichtung auf die gleichen Ziele ist nicht nur der Schlüssel zum Wachstum, sondern der Schlüssel für praktisch alles, was Sie erreichen wollen.

[Erfahren Sie mehr über V2MOM-Prozesse.](#)



Wenn ein Unternehmen schnell wächst, gibt es praktisch nichts Wichtigeres als ständige Kommunikation und perfekte Abstimmung.

- Marc Benioff
Chairman und CEO, salesforce.com

Bereiten Sie sich auf das Wachstum vor

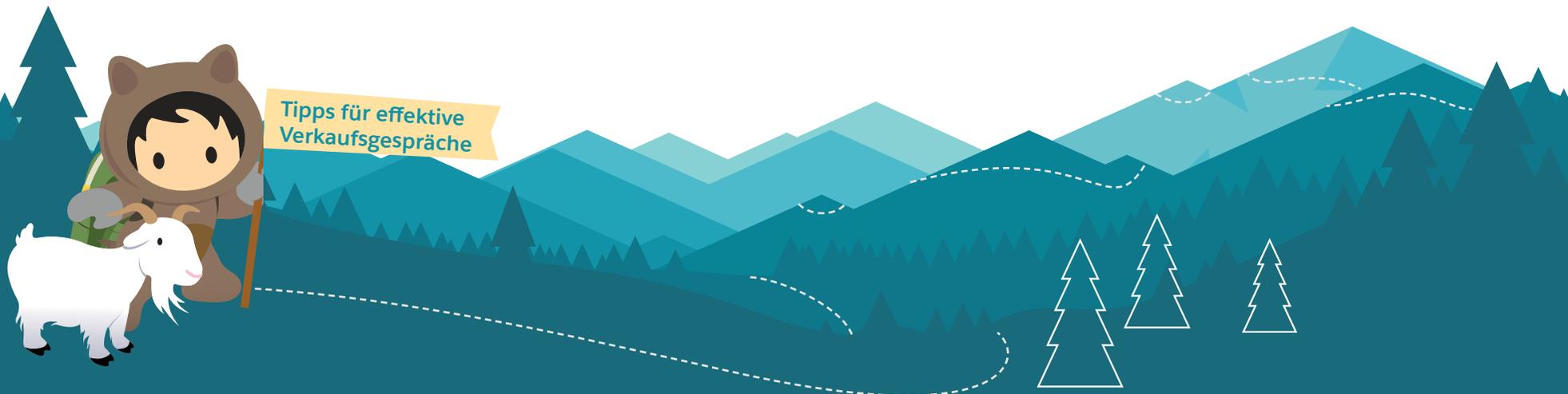
Für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch benötigen Sie eine effektive Verkaufsargumentation. Bei einem guten Pitch geht es jedoch nicht nur um das, was Sie anzubieten haben. Das Verkaufsgespräch besteht aus Geben und Nehmen. Dabei sollten Sie auf die sich verändernden Bedürfnisse Ihrer Kunden eingehen und für ihre Herausforderungen flexible Lösungsansätze anbieten. Hier sind noch ein paar hilfreiche Tipps für den Aufbau eines guten Pitches.

1. Bereiten Sie sich sorgfältig vor

82 % aller Vertriebsmitarbeiter kennen die Bedürfnisse ihrer Kunden nicht genau. Setzen Sie sich also von der Masse ab, indem Sie Ihre Hausaufgaben machen. Wenn Sie das Unternehmen, die Branche und die Wettbewerber Ihrer potenziellen Kunden kennen, können Sie die richtigen Fragen stellen und Ihre Botschaft an die spezifischen Herausforderungen anpassen.

2. Sprechen Sie mit dem richtigen Ansprechpartner

Sie können so viel über Ihren Kunden recherchieren, wie Sie wollen, das hilft aber leider nichts, wenn Sie nicht mit der Person sprechen, die den Kauf genehmigt. Nutzen Sie Tools für Sales Intelligence oder soziale Medien wie LinkedIn, um die besten Kontakte herauszufinden.



3. Bereiten Sie sich auf Einwände vor

Wenn Sie an Ihren Verkaufsargumenten feilen, sollten Sie sich ebenfalls einige Antworten auf mögliche Gegenargumente überlegen. Die häufigsten Einwände lassen sich in vier Kategorien einteilen:

Budget: „Dafür haben wir kein Budget.“

Entscheidungsbefugnis: „Das muss ich mit X besprechen.“

Bedarf: „Ich bin mit meiner derzeitigen Lösung zufrieden.“

Zeit: „Zur Zeit sind wir zu stark beschäftigt.“

Bereiten Sie Argumente für jeden Einwand vor. Dabei sollten Sie Ihre Gegenargumente idealerweise so formulieren, dass der Kunde versteht, dass sein Einwand bereits den Bedarf für Ihr Produkt oder Ihre Lösung signalisiert. *(zum Beispiel: Wenn Ihr Produkt dem Kunden Kosten spart, ist das ein ideales Argument gegen den Budget-Einwand.)*

4. Gehen Sie auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden ein

Auch wenn Sie Ihren Pitch perfekt ausgearbeitet haben, dürfen Sie daraus keinen Monolog machen. Sprechen Sie lieber weniger und hören Sie stattdessen gut zu. So können Sie sich auf die Punkte konzentrieren, die für den Kunden am relevantesten sind. Ein erfolversprechendes Verkaufsgespräch sollte keine einseitige Präsentation sein, sondern ein offener Dialog über geschäftliche Anforderungen.

5. Beenden Sie Ihr Gespräch stets mit festgelegten nächsten Schritten

Jedes Verkaufsgespräch sollte mit einer sinnvollen Handlungsaufforderung beendet werden. Selbst wenn Ihr Kunde noch nicht kaufbereit ist, sollten Sie ihn dennoch auf seiner Buyers Journey begleiten und ihn mit einem weiteren Meeting oder einem Testangebot weiter durch den Verkaufsprozess leiten.



Evaluieren und optimieren Sie Ihre Tools

Viele Kleinunternehmer haben kein strukturiertes System für die Datenverwaltung potenzieller und bestehender Kunden. Diejenigen, die ein System haben, verlassen sich auf E-Mail (44 %) und Excel-Listen (41 %). Schnell wachsende Unternehmen handhaben das anders. Sie wachsen aus den unterschiedlichsten Gründen: innovative Produkte, verbesserte interne Prozesse, innovative Anwendungen. Doch der wichtigste Faktor ist die Verwendung eines CRM-Systems. CRM steht für Customer Relationship Management, also Kundenbeziehungsmanagement.

Unternehmen, die ein CRM-System einführten, konnten Ihre Verkaufszahlen um bis zu 29 % und die Umsätze um bis zu 41 % steigern. Und es ist kein Hexenwerk derartig fantastische Ergebnisse zu erzielen. Ein CRM-System erlaubt Ihnen, alle wichtigen Kundeninformationen an einem zentralen Ort zu verwalten. Sie können sämtliche Kontaktinformationen einsehen, Follow-up-E-Mails versenden, auf Beiträge in sozialen Medien reagieren, Aufgaben organisieren, die Geschäftsentwicklung verfolgen und vieles mehr – alles in einer einzigen Anwendung. Mit dem richtigen CRM können Sie mehr Geschäfte abschließen, Ihre Verkaufszahlen massiv steigern und die Genauigkeit Ihrer Vertriebsprognosen verbessern.

35 %
*der Kleinunternehmer
geben an, dass
Ihnen der Zeitdruck
schlaflose Nächte
bereitet.*

Salesforce kann Ihnen dabei helfen, neue Gipfel zu erklimmen – mit intelligenter Automatisierung von Vertrieb und Kundenservice. So gewinnen Sie wertvolle Zeit zurück, die Sie bisher verloren haben.



Brauchen Sie jetzt ein CRM-System?

Wir haben die sechs wichtigsten Anzeichen ermittelt, anhand derer Sie diese Frage beantworten können. Wir zeigen Ihnen dabei die Fälle auf, in denen ein CRM-System besonders hilfreich ist.

1. Es gibt keine zentrale Informationsquelle.

Sie speichern Ihre Kunden- und Bestellinformationen an mehr als einer Stelle, beispielsweise in einer Tabelle oder in einem Notizbuch auf Ihrem Schreibtisch. So entstehen Ihrem Vertriebsteam klare Nachteile. Ihnen fehlt eine vollständige Übersicht aller Kontaktdaten, Bestellungen und Interaktionen jedes einzelnen Kunden.

4. Vertriebsnotizen werden nicht automatisch mit allen geteilt

Sie haben kein gemeinsames System, in dem alle Vertriebsmitarbeiter auch über ihre mobilen Endgeräte ihre Notizen miteinander teilen. Das bedeutet, dass Außendienstmitarbeiter ihre Notizen nicht sofort mit ihren Kollegen teilen können und eventuell auch vergessen das nachzuholen, wenn sie wieder am Schreibtisch sitzen. Das bremst den Informationsfluss und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Informationen verloren gehen – insbesondere, wenn ein Mitarbeiter das Unternehmen verlässt.

2. Es mangelt an Transparenz.

Sie haben kein System, in dem Sie sehen können, was Ihre Vertriebsmitarbeiter tun oder wie Ihre Kunden mit Ihren Mitarbeitern Kontakt aufnehmen. Dadurch ist es schwierig, Ihre Teams optimal zu unterstützen oder in die Pflicht zu nehmen.

5. Alle Kunden werden gleich behandelt.

Sie können nicht unterscheiden, welche Angebote und Botschaften an welche Zielgruppe verschickt werden. Also erhalten alle Kunden und Interessenten dieselben Informationen – unabhängig davon, in welcher Phase des Kaufprozesses sie sind, welcher Branche sie angehören oder in welcher Region sie sich befinden. Das bedeutet, dass Sie nicht auf die individuellen Bedürfnisse Ihrer potenziellen und bestehenden Kunden eingehen.

3. Sie erstellen Berichte manuell oder gar nicht

Sie verwenden kein System für automatisierbare Berichte oder Analysen, die Ihnen einen aktuellen Überblick über Ihre Umsätze im Vergleich zum monatlichen Umsatzziel liefern. Solche Berichte manuell zu erstellen, ist eine mühsame und anstrengende Tätigkeit. Vermutlich erstellen Sie daher nicht oft genug solche Berichte, falls Sie es überhaupt tun. So entgehen Ihnen wertvolle Erkenntnisse.

6. Sie haben keinen Plan, um schnell zu skalieren.

Sie sind sich nicht sicher, ob Ihre Prozesse Ihr gewünschtes Wachstum unterstützen können. Möglicherweise leidet die Produktivität, wenn Ihr Unternehmen wächst.

Steigern Sie Ihre Produktivität mit einem CRM-System

Sicherlich kennen Sie das Gefühl, dass der Tag einfach nicht genug Stunden hat. Insbesondere im Vertrieb bedeutet Zeit buchstäblich Geld. Laut einer Studie von Mavenlink betrachten 40 % aller Kleinunternehmer ihre verfügbare Zeit als wertvollste Geschäftsressource. Ein Viertel dieser Unternehmer würde für eine Stunde mehr Zeit pro Tag sogar 500 Euro bezahlen.

Leider kann man zusätzliche Zeit nicht einfach kaufen. Aber Sie können Ihre Zeit effektiver und effizienter nutzen – mit einem CRM-System. Ein CRM-System optimiert Ihren Vertriebsprozess. Somit bleibt mehr Zeit für die Generierung neuer Interessenten. Ein CRM-System stellt Ihren Vertriebsmitarbeitern die Informationen zur Verfügung, die sie brauchen. Folglich benötigen Sie weniger Zeit, um ein Geschäft abzuschließen. Ein CRM-System ermöglicht es Ihnen, intelligenter und besser zu verkaufen. Das wiederum bedeutet, dass Ihr Unternehmen schneller wachsen kann.

40 % aller Kleinunternehmer betrachten ihre verfügbare Zeit als wertvollste Geschäftsressource. Ein Viertel dieser Unternehmer würde für eine Stunde mehr Zeit pro Tag sogar 500 Euro bezahlen.

– Mavenlink

salesforce

Ihr Partner für Wachstum

Salesforce hilft Ihnen dabei, Kunden zu finden, zu gewinnen und langfristig zu binden – so wachsen Sie schneller als je zuvor. Die Lösungen von Salesforce sind sofort einsatzbereit. So können kleine Unternehmen hochmoderne Technologie ganz einfach implementieren und alle Bereiche miteinander vernetzen. Durchschnittlich erreichen Salesforce-Nutzer um 38 % schnellere Entscheidungsprozesse, ein Umsatzwachstum von 25 % und eine Verbesserung der Kundenzufriedenheit um 35 %.

Erfahren Sie mehr darüber, wie Salesforce Ihrem Unternehmen helfen kann auf: salesforce.com/de/small-businesssolutions

Um zu erfahren, wie einfach der Umgang mit Salesforce ist, folgen Sie Ihrem Guide Astro auf: trailhead.salesforce.com

KONTAKT



E-Book Reihe

Wir machen Vertrieb: Praktische Wegweiser für Start-ups



E-BOOK NR. 1

WIE STELLE ICH EIN
ERFOLGREICHES
VERTRIEBSTEAM AUF?

Recruiting und Aufbau eines
Salesteams für Start-ups



E-BOOK NR. 2

VERTRIEBSMETRIKEN:
MODERNER VERTRIEB
MUSS MESSBAR SEIN

Wegweisende KPIs für
jedes Kleinunternehmen



E-BOOK NR. 3

LEAD MANAGEMENT:
DER ULTIMATIVE
GUIDE FÜR START-UPS

Alles über B2B-Lead-Generierung und
-Management und Leadqualifizierung



E-BOOK NR. 4

DER SALES PITCH –
VERKAUFSGESPRÄCHE
ERFOLGREICH FÜHREN

Verkaufsabschlüsse optimal
vorbereiten und durchführen