

Der rote Faden zum Vertriebs Erfolg

Nachhaltige Vertriebs Erfolge entstehen durch die erfolgreiche Kombination von digitalen und analogen Schritten und Tools

**EVA+System**

Leads aktivieren + Ergebnisse optimieren

Digitale E-Mail-Automation	Automatisierte Online-Tools	Analoge vertriebliche Fähigkeiten
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kontakte automatisieren</li> <li>■ Vertrauen aufbauen</li> <li>■ Umsatzpotenziale sichern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gezielt informieren</li> <li>■ Viel Zeit sparen</li> <li>■ Effizienz steigern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Termine vereinbaren</li> <li>■ Abschlüsse realisieren</li> <li>■ Erfolgsquote steigern</li> </ul>

Mehr Umsatz mit Leads 220921 © krueger@akquise-werkzeuge.de 3

Checkliste zum Webinar [www.akquise-werkzeuge.de/webinar](http://www.akquise-werkzeuge.de/webinar)  
 „Der rote Faden zu nachhaltig mehr Umsatz, Zeitgewinn und Effizienz mit Leads“

## Wie gut ist Ihr Leadmanagement?

### Ihre Strategie

Wissen Ihre Vertriebsverantwortlichen, wie sie analoge und digitale Schritte, Werkzeuge und Tools erfolgreich und effizient kombinieren?  Ja /  nein

Haben Sie die Qualität der Leads und Alternativen der Leadentstehung mit Experten überprüft?  Ja /  nein

### Ihr roter Faden

Haben Sie einen guten Fahrplan und „roten Faden“, wie Sie erfolgreich und weitestgehend vollautomatisiert von der Lead-Entstehung zum ersten und zum zweiten Abschluss kommen?  Ja /  nein

### Ihre Automatisierung der Vertriebsprozesse

Haben Sie nach der Leadentstehung so viele Kundenkontakte wie möglich automatisiert, damit Vertrauen und Kundenbeziehungen sicher, digital und zeitsparend aufgebaut werden?  Ja /  nein

### Ihr E-Mail-Marketing: Content und Optik

Bauen Sie mit beratenden E-Mails nachhaltiges Vertrauen auf? Beratende E-Mails bestehen aus einem individuell beratenden Content und einer nicht-werblichen Optik.  Ja /  nein

### Ihre E-Mail-Marketing Technologie

Werden Ihre E-Mails zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Inhalten an die richtigen Personen vollautomatisch versendet? Verwenden Sie hochwertige Technologie?  Ja /  nein

Stärken Sie Öffnungsraten und den Rücklauf auf die E-Mails durch Personalisierungen in Betreffzeile, Text, Signatur usw.?  Ja /  nein

Haben Sie ein Monitoring, mit dem Sie erfahren, wer sich gerade jetzt für Ihre Angebote interessiert?  Ja /  nein

### Ihre automatisierten digitalen Tools

Haben Sie automatisierte Werkzeuge und Tools wie Landingpages, Download-Formulare, Checklisten, Webkataloge usw. in Ihre Kampagnen eingebaut?  Ja /  nein

Bekommen Ihre Leads und Erstkunden interessante Links auf informative Webseiten und passende Videos – vollautomatisiert und individuell per E-Mail?  Ja /  nein

### Ihre analogen vertrieblichen Fähigkeiten

Hat ihr Team gut funktionierende Leitfäden und Skripte für die Terminvereinbarung, Beratung und Abschluss am Telefon, in Webkonferenz und Online-Beratung?  Ja /  nein

Beherrschen die verantwortlichen Personen den 3-stufigen Vertrauensaufbau am Telefon mit einer „Klingenden Visitenkarte“ und mit starken Aufhängern?  Ja /  nein

Haben die Verantwortlichen eine Kurzpräsentation „in der Zeit, in der ein Streichholz abbrennt“ und wird die in allen relevanten Situationen souverän genutzt?  Ja /  nein

Ist die Wirkung von Worten, Stimmklang und Körpersprache allen bekannt – und werden diese Werkzeuge in der täglichen Praxis erfolgreich angewendet?  Ja /  nein

### Ihre automatisierte Stammkunden-Entwicklung

Ist die weitere Bearbeitung und Entwicklung der Kunden nach dem ersten Abschluss mit automatisierten E-Mails und Online-Tools zeitsparend und effizient organisiert?  Ja /  nein

Gibt es für die Stammkundenentwicklung einen Fahrplan, der bewährte analoge Elemente mit automatisierten digitalen Tools erfolgreich kombiniert?  Ja /  nein

### Ihre Entscheidungszentrale im Kundenkopf

Sind die Kundentypen und die Entscheidungsprozesse im emotionalen Kundengehirn bekannt und wird dieses entscheidende Wissen für Beratung und hohe Abschlussquoten genutzt?  Ja /  nein

Gibt es eine Fragenstrategie, mit der die Verantwortlichen den emotionalen Kundentyp, seine Wünsche, Probleme und Aufgabenstellungen der Leads und Kunden erkennen?  Ja /  nein

### Ihr Kenntnisstand

Ist das notwendige Knowhow vorhanden – und sind alle Fehlerquellen von der Lead-Entstehung bis zum erfolgreichen Abschluss eliminiert worden?  Ja /  nein

### Ihre Umsetzung in die Praxis

Sind die Erfolgsfaktoren in Ihre Prozesse eingebaut, wurden die vertrieblichen Fähigkeiten ausreichend trainiert und wird alles erfolgreich umgesetzt?  Ja /  nein

### Ihre kostenfreie Erstberatung

Haben Sie sich schon die für Sie interessantesten Punkte mit einem Experten besprochen?  Ja /  nein

Wählen Sie einfach einen freien Telefontermin auf [www.terminland.de/eckart.krueger](http://www.terminland.de/eckart.krueger)