

# Konzeption und Umsetzung von Sales Excellence

Bedeutung

Herausforderungen

Identifizieren

(Re-) Design

Kompetenz-  
entwicklung



**MERCURI**  
international

GROW YOUR PEOPLE – GROW YOUR BUSINESS

## Herausforderungen von Sales Excellence

# Herausforderungen bei der Umsetzung von Sales Excellence



## Stakeholder Management

Ausgleich verschiedener **Sales Excellence**-Interessen und Umgang mit verschiedenen Interessengruppen (Vertrieb, Marketing, HR, etc.)



## Erwartungshaltung

Hoher Erwartungsdruck bzgl. des Erreichens von messbaren **Sales Excellence**-Ergebnissen (Zeitdruck)



## Effizienz & Effektivität

Priorisierung der richtigen **Sales Excellence**-Maßnahmen unter Berücksichtigung von Schnelligkeit, Wirksamkeit sowie Nachhaltigkeit



## Projektvielfalt

Erfolgreiches Management von parallel ablaufenden **Sales Excellence**-Teilprojekten



## Märkte & Regionen

Managen unterschiedlicher **Sales Excellence**-Reifegrade innerhalb der eigenen Organisation



## Transparenz

Messung von Fortschritt und Wirkung der **Sales Excellence**-Initiative



## Wandel & Dynamik

Treiben des durch **Sales Excellence** angestrebten Wandels und der entstehenden Dynamik

# Weitere kritische Erfolgsfaktoren bei der Umsetzung von Sales Excellence



## Top Down / Bottom Up



Jede **Sales Excellence**-Initiative wird i.d.R. vom Top-Management initiiert – deshalb ist es wichtig, die betroffenen Mitarbeiter frühzeitig einzubinden

## Fokus



Ziele und Aufgaben einer **Sales Excellence**-Initiative müssen klar definiert sowie realistisch sein und entsprechend kommuniziert werden

## Mitarbeitervorteil



**Sales Excellence**-Initiativen sind nur dann akzeptiert, wenn diese der Vertriebsorganisation klaren und wirksamen Nutzen bringen

## Gemeinsames Ziel



Bereichsübergreifende Ziele, Budgets und Erfolgsmessung sind die Voraussetzung dafür, dass sich **Sales Excellence**-Initiativen bereichsübergreifend durchsetzen

## Differenzierung



Vertriebliche Ausrichtungen nach Sparten, Märkten sowie Kunden müssen auch im Rahmen von **Sales Excellence**-Initiativen entsprechend berücksichtigt werden

## Marathon



Veränderungen im Vertrieb greifen eher langsam. Es benötigt einen langen Atem und eine langfristige **Sales Excellence**-Roadmap für wirkliche Verbesserungen im Verkauf

## Zentrale Lösungen



Zentral entwickelte und umzusetzende **Sales Excellence**-Lösungen müssen besser sein, als die abzulösenden lokalen Lösungen

Ihr Mehrwert  
durch eine  
Zusammenarbeit  
mit Mercuri  
International



## Was haben Sie und Ihr Unternehmen davon?



- **Einheitliches Verständnis** – Wir unterstützen Sie dabei, ein einheitliches Verständnis zum Thema Sales Excellence in Ihrer gesamten Organisation zu entwickeln.



- **Gemeinsame Ziele und Erwartungen** – Managen Sie die Erwartungen Ihrer Stakeholder und setzen Sie realistische Ziele. Welche das sein können? Mit unserer Erfahrung beantworten wir Ihnen in diese Frage praktisch und umsetzbar.



- **Klarer Weg zur Umsetzung** – Begeben Sie sich mit einem systematischen Plan auf den Weg zum Ziel: Sales Excellence.

# Kontakt zur Unterstützung von Sales Excellence- Development



Jedes Jahr unterstützt Mercuri International Unternehmen in über 50 Ländern bei der Erreichung von Sales Excellence. Wir analysieren Absatzsituationen, entwickeln gemeinsam mit unseren Kunden leistungsfähige Vertriebskonzepte und optimieren Verkaufsprozesse. Anschließend begleiten wir die Umsetzung mit Trainings- und Coachingmaßnahmen.



**Michael Herrmann**  
Management Partner  
Mercuri International  
Meerbusch

Mercuri International Deutschland  
Theodor-Hellmich-Str. 8  
40667 Meerbusch  
Germany

Mobile +49 163 65 05 444  
Office +49 2132 9306 36  
E-Mail michael.herrmann@mercuri.de



**Falco Bude**  
Projektleiter  
Mercuri International  
Meerbusch

Mercuri International Deutschland  
Theodor-Hellmich-Str. 8  
40667 Meerbusch  
Germany

Mobile +49 173 542 17 64  
Office +49 2132 93 06 21  
E-Mail falco.bude@mercuri.de



**MERCURI**  
international