

## Vertriebsstrategie Beispielthesen



**Diese nachfolgenden Thesen werden von der eigenland® Community sowie vom eigenland® Team für die Erarbeitung einer erfolgreichen und nachhaltigen Vertriebsstrategie eingesetzt. So werden mit den Vertriebsmitarbeitenden Potenziale identifiziert und gemeinsam die nächsten Schritte und konkrete Maßnahmen definiert.**

Die Thesen lassen sich einfach und flexibel an die Kundenbedürfnisse und -wünsche anpassen.



## Die sechs Handlungsfelder zur Gestaltung einer erfolgreichen Vertriebsstrategie

- > Markt
- > Strategie
- > Prozesse & Strukturen
- > Leistung
- > Führung & Team
- > Kommunikation

### Auszug aus dem Themenmodul

#### *Ozean – Markt*

- |         |                                                                                          |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| These 1 | Unser Markt hat hervorragende Wachstumschancen.                                          |
| These 2 | Wir nutzen alle relevanten Marktzugänge für den Vertrieb unserer Produkte.               |
| These 3 | Wir wissen ganz genau, wo unsere Zielgruppen zu finden sind.                             |
| These 4 | Wir suchen nach Engpässen im Markt, die wir aktiv für uns nutzen können.                 |
| These 5 | Wir kennen die Projekte, die unser Wettbewerb bearbeitet, genau.                         |
| These 6 | Ich mache mir keinerlei Sorgen, dass wir in Zukunft erfolgreicher sein werden als heute. |
| These 7 | Ich habe Ideen, wie wir unsere Marktposition verbessern können.                          |

#### *Berge – Strategie*

- |         |                                                                                                     |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| These 1 | Wir verfolgen eine gemeinsam abgestimmte Strategie in der Marktbearbeitung.                         |
| These 2 | Die von uns gesteckten Ziele sind immer realistisch gewählt.                                        |
| These 3 | Ich habe Ideen, wie wir die Performance im Zusammenspiel von Außen-/Innendienst verbessern könnten. |
| These 4 | Wir bringen Angebote immer in angemessener Zeit zum Abschluss.                                      |
| These 5 | Kundenbedürfnisse und Trends nehmen wir aktiv auf und geben die Erkenntnisse in die Organisation.   |
| These 6 | Wir sind bei der Leadgenerierung ideal aufgestellt.                                                 |
| These 7 | Jeder bei uns im Team sucht nach Möglichkeiten unsere Leistung zu verbessern.                       |

# eigenland® bewegt Menschen. Prozesse. Organisationen. Und Sie.

Wann und wie Sie von eigenland® profitieren liegt in Ihrer Hand. Gerne zeigen wir Ihnen die verschiedenen Möglichkeiten, eigenland® zu nutzen, in einer Live-Demo.

Starten leicht gemacht: [www.eigenland.de/...](http://www.eigenland.de/...)

## **Büro | Office Haltern am See**

Gantepoth 1  
45721 Haltern am See  
+49 23 64 50 52 -940  
[hallo@eigenland.de](mailto:hallo@eigenland.de)

## **Büro | Office München**

Augustenstraße 7  
80333 München  
+49 89 45 55 49 48