

# BLUBZEWE

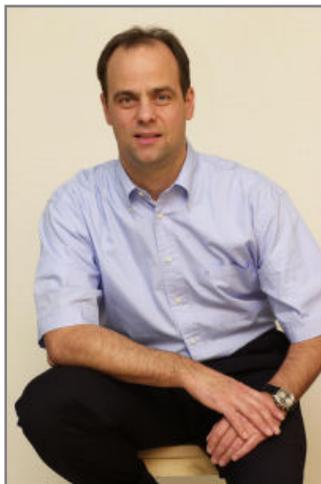
## das Chancen-Radar für die präzise Opportunity-Bewertung im Forecast

- für wirklich zuverlässige Prognosen
- erleichtert die Einsatzplanung
- spart wertvolle Ressourcen

## Editorial

Sehr geehrte Leser,

nach dem guten Feedback zum Start unseres UseLetters erhalten Sie heute die zweite Ausgabe. Wir sind sicher, dass wir mit dem Kernthema ein Problem ansprechen, das zu den wichtigsten im Vertrieb gehört: die zuverlässige Opportunity-Bewertung in der Forecast-Planung.



salegro hat dazu ein Tool entwickelt, das Ihre Vertriebsplanung ab sofort deutlich präziser und realistischer machen kann – das "Chance-Radar<sup>®</sup> BLUBZEWE<sup>®</sup>".

Es kommt aus der Praxis für die Praxis. Lernen Sie es kennen! Wir versorgen Sie gern mit allen wichtigen Informationen über BLUBZEWE und bieten dazu einen Kunden-Workshop sowie Online-Seminare an. Denn wir möchten, dass Sie Ihren Vertriebserfolg genauer planen können.

Das erwartet Sie:

- Das Top-Thema: Präzise Opportunity-Bewertung im Forecast
- Das Chancen-Radar BLUBZEWE
- Best Practice: Interview mit Engelbert Wölfl, salegro Berater
- Tipps: Ansprechpartner und Literatur
- Inside salegro: Workshop & Infos in eigener Sache

Neugierig? Dann nutzen Sie den salegro Beratungsansatz des Level-Selling, um in Zukunft im Einkaufsprozess Ihres Kunden noch erfolgreicher agieren zu können. Wie, das erfahren Sie auf den nächsten Seiten.

Und: Ihre Meinung ist uns wichtig! Was gefällt Ihnen, was können wir noch besser machen? Wir freuen uns sehr auf Ihre Rückmeldung zu unserem UseLetter an [feedback@salegro.de](mailto:feedback@salegro.de). Zufriedene Leser sind die besten Referenzen.

Jetzt wünschen wir Ihnen viel Spaß beim Lesen und eine gewinnbringende Lektüre!

Herzlichst Ihr



Heiko van Eckert

---

## TOP THEMA

# Mehr Verlässlichkeit im Forecast durch präzise Opportunity-Bewertung

In vielen Branchen gehört die Forecast-Planung zu den wichtigsten Aufgabenfeldern der Vertriebssteuerung. Stehen in Ihrer Branche die verkauften Produkte in mehr oder weniger beliebigen Mengen zur Verfügung, hat sie vor allem strategische Bedeutung. Müssen Ihre Produkte aber noch eingekauft oder produziert werden, oder verkaufen Sie Dienstleistungen, für die Mitarbeiter vorgehalten werden müssen, gewinnt Forecast-Planung an Bedeutung für die Steuerung Ihrer Produktion, Ihrer Auslastung und die Planung Ihrer Investitionen. Sie nutzt aber nicht nur der Vertriebsleitung, um verlässliche Zahlen zu generieren, sondern allen Vertriebsmitarbeitern, die mit präzisen Fakten in ihre Vertriebsgespräche und ihre Abschlussplanung gehen können.

## Präzision statt Bauchgefühl

Wir schätzen, dass noch immer in 80% der Fälle der Vertriebsleiter zentral Forecast-Zahlen ermittelt, in dem er über den Daumen gepeilte Zahlen der Mitarbeiter addiert, aus dem Bauchgefühl heraus korrigiert und anpasst. Wirklich verlässliche, faktenbasierte und systematische Forecast-Planung muss aber keineswegs kompliziert oder extrem analytisch sein. Denn sie ist immer ein natürliches Produkt von guten strategischen Vertriebsprozessen, etwas Analytik und viel Erfahrung.

## Voraussetzungen für systematischere Planung

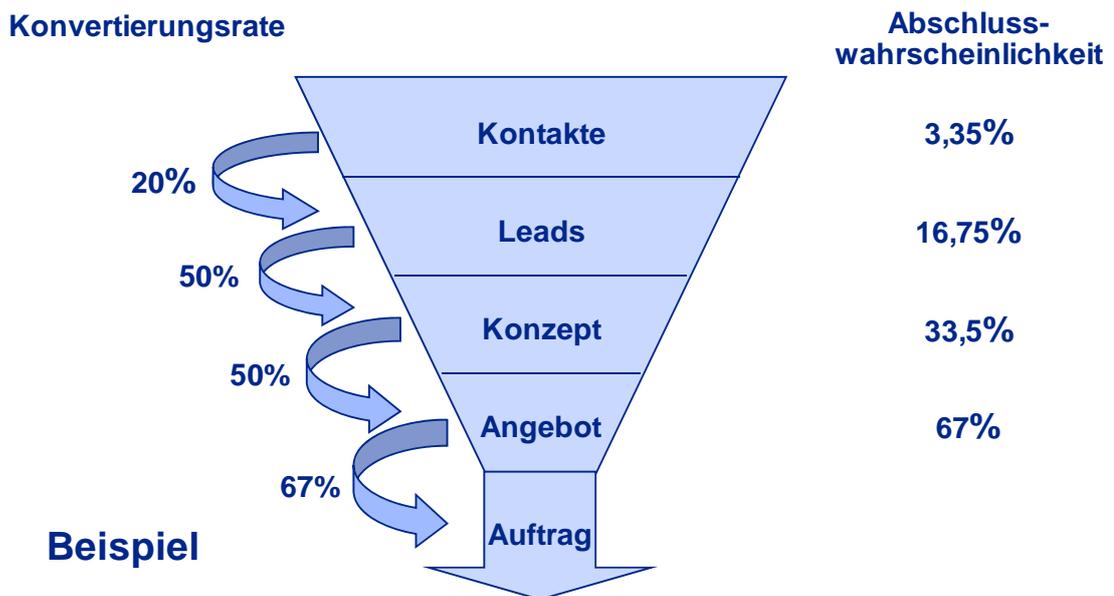
Gute Forecast-Planung braucht ein Set von Indikatoren, die dem Vertrieb ein einfaches Tool in die Hand geben, mit dem er die Wahrscheinlichkeit von Umsätzen für jede Vertriebschance und jeden bestehenden Kunden in den verschiedenen Vertriebsprozessphasen vorhersagen kann.

Die Ermittlung dieser Kennzahlen ist in der Praxis leider nur schwach entwickelt. Zumeist werden Mittelwerte gebildet, die auf viel zu optimistischen Schätzungen der Vertriebsmitarbeiter oder viel zu konservativen Annahmen der Vertriebsleitung beruhen. Doch wenn Sie Ihre Vertriebsprozesse sauber definiert und die einzelnen Stufen nicht an Aktivitäten, sondern an Meilensteinen orientiert haben, dann ist zuverlässige Forecast-Planung kein Hexenwerk mehr.

## Und so gehen Sie vor

Mit ein wenig Statistik über einen längeren Zeitraum lassen sich präzise durchschnittliche Wahrscheinlichkeiten ermitteln:

Wie viel Prozent aller Kontakte werden zu Neukunden? Wie viel Prozent aller qualifizierten Bedarfe bei Bestandskunden werden am Ende auch abgeschlossen? Und auch das Verhältnis zwischen abgegebenen Angeboten und gewonnenen Aufträgen lässt sich sehr einfach analysieren.



Wir haben in der Praxis festgestellt, dass diese Wahrscheinlichkeiten in ein und demselben Vertriebsprozess über eine Firma und einen längeren Zeitraum hinaus relativ stabil sind und sich hervorragend zur Forecast-Planung eignen. Dazu müssen Sie lediglich die potenziellen Umsätze in jeder Stufe und den für Ihre Firma spezifischen Vertriebsprozess ermitteln, mit den Abschlusswahrscheinlichkeiten multiplizieren und diese Werte Stufe für Stufe addieren. Wir helfen Ihnen gerne dabei.

Im nächsten Schritt zur Verfeinerung Ihrer Forecastplanung können Sie jede Opportunity nochmals einzeln im Detail bewerten. Dabei ist sehr wichtig, dass Sie nicht die Werte als Basis nehmen, die Ihnen Ihr CRM-System vorschreibt, sondern die von Ihnen ermittelten, spezifischen Werte für Ihr Unternehmen.

**Individuelle Bewertung jeder einzelnen Chance und mehr Genauigkeit in der Forecast-Planung**

## **Das Chancen-Radar BLUBZEWE**

Unser Chancen-Radar BLUBZEWE hilft Ihnen dabei, noch genauer zu planen, damit die individuelle Bewertung jeder einzelnen Chance nicht pauschal, sondern anhand klarer Kriterien geschieht. Mit den darin enthaltenen Zahlen – acht Segmente mit jeweils Werten von null bis 99% – können Sie eine sehr verlässliche Forecast-Planung machen. Sie müssen dazu nur die für Ihr Produkt bzw. Ihre Branche passenden Gewichtungen der einzelnen acht Felder vornehmen und verfeinern. Ihr großer Vorteil: Statt pro Prozessstufe pauschal Voraussagen zu treffen, wird jede einzelne Opportunity individuell bewertet.

### **8 Schlüssel-Kriterien**

Das Charakteristische an BLUBZEWE ist eine Wertzuordnung nach acht Kriterien (siehe Grafik). Es sind genau die Kategorien, die einen Geschäftsabschluss entweder bestimmen oder beeinflussen:

#### **Bedarf**

Sie können nur den Bedarf eines Kunden decken, der auch tatsächlich vorhanden ist. Wie konkret und schriftlich beschrieben ist er? Welche Einzelheiten sind bekannt?

#### **Lösung**

Wie gut sind Ihre Ressourcen? Können Sie mit Ihrer Lösung nur die Muss- oder auch Kann-Anforderungen decken? Und in welchem Umfang?

#### **USPs**

Ihr USP (Alleinstellungsmerkmal) vergrößert Ihre Chancen auf einen Auftrag. Aber ist er Ihrem Kunden bekannt und für ihn von Interesse?

#### **Budget**

Ein klar definiertes und ausreichendes Budget ist die Basis für die Realisierung Ihrer Planung. Ist es hoch genug und klar definiert?

#### **Zeitraumen für Entscheidung**

Wann genau dürfen Sie mit einem Auftrag rechnen? Wie dringend ist der Bedarf? In welchem Zeitrahmen soll eine Lösung erarbeitet werden?

#### **Entscheider**

Wie ist Ihre Beziehung zu den maßgeblichen Entscheidern? Gibt es eine persönliche Ebene? Wie wichtig ist Ihr Ansprechpartner wirklich?

## Wettbewerb

Was wissen Sie über Ihre Wettbewerber? Wie schätzen Sie Ihre Wettbewerbsposition ein?

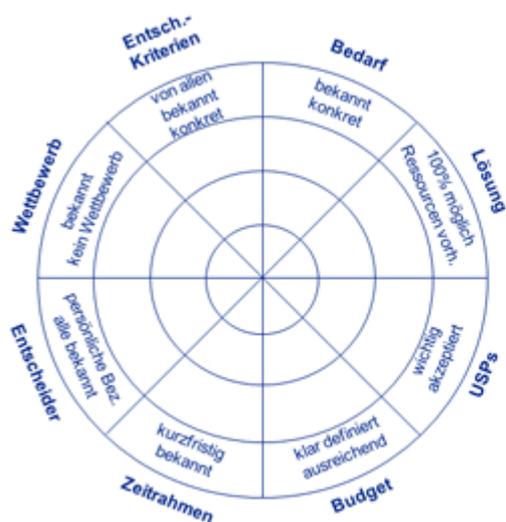
## Entscheidungskriterien

Welche Informationen haben Sie über die Entscheidungsmatrix Ihres Kunden bzw. dessen Kriterienkataloge? Auf diesem Wissen können Sie Ihre Argumentationsstrategie aufbauen.

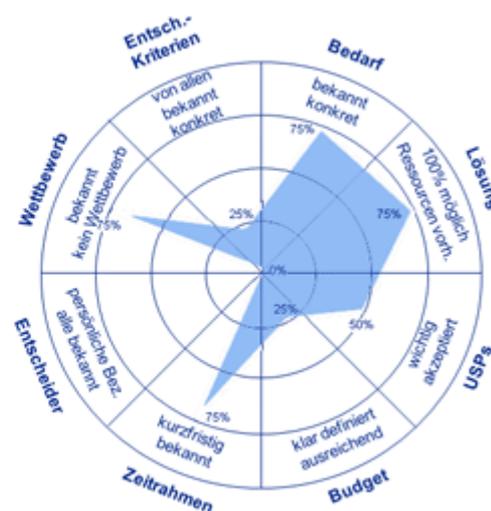
## Wie wird BLUBZEWE eingesetzt?

Jedem dieser Kriterien wird in der Planung ein Prozentwert zugemessen – von 0 bis 99 (vgl. folgende Tabelle). Gibt es beispielsweise keine gesicherten Informationen, dann steht die 0, bei nahezu völliger Faktenklarheit der höchste Wert. Nach einem einfachen rechnerischen Schlüssel kann nun ein Modell abgeleitet werden, das die Vertriebsplanung geradezu revolutioniert: In einem ersten Schritt werden sämtliche Kriterien konkret und ohne falschen Optimismus bewertet. Das ergibt einen klaren Prozentwert. Im zweiten Schritt können Sie dann Ihre Maßnahmen daraus ableiten.

In der „Premium-Version“ von BLUBZEWE werden auch Abwertungskriterien berücksichtigt, wie z.B. ein vorübergehender Investitionsstopp oder die Tatsache, dass Sie den Entscheider zwar kennen, aber nicht mit ihm klar kommen. Wie Sie diese Werte in BLUBZEWE konkret anpassen und Prozentzahlen justieren – darin unterstützen wir Sie gerne im Rahmen unserer persönlichen Beratung.



BLUBZEWE Chancen-Radar



... und Ergebnis

## **Starke Vorteile**

BLUBZEWE ersetzt das trügerische Bauchgefühl durch Gewissheiten. Die Priorisierung von Mitarbeiter- oder Finanzmitteleinsatz wird realistischer und einfacher. Ein Kundengespräch etwa gewinnt an Wert, weil gezielt nach dem vom Chance-Radar ermittelten Schwachpunkten gefragt werden kann. Der Kunde und seine Bedürfnisse bekommen mehr Kontur. Seine Handlungsweise wird deutlicher. Auch die zur Verfügung stehende Zeit und weitere Ressourcen können sinnvoller genutzt werden, da Sie die einzelnen Opportunities besser gewichten können.

---

## **Best-Practice: Der salegro Berater Engelbert Wölfel im Interview**

# **"BLUBZEWE übertrifft jedes andere Prognosesystem"**

### **Welche Erfahrungen haben Sie mit dem Chancen-Radar gemacht?**

*In meinem ehemaligen Unternehmen – einem IT-Dienstleister – und nun auch bei salegro setze ich BLUBZEWE seit sieben Jahren ein. In dieser Zeit wurde das Tool vielfach erprobt und optimiert, so dass es wirklich ausgreift ist. Uns hat in dieser Zeit immer wieder die große Präzision von BLUBZEWE überrascht.*

### **Wie genau ist das Tool denn?**

*Beispielsweise haben wir in einem Fall mit BLUBZEWE konkret 50% Abschlusswahrscheinlichkeit in der Forecast-Analyse gehabt. Am Ende waren es dann 48%. Ein tolles Ergebnis, das nur mit einer wirklich realistischen Qualifizierungsmethode erreicht werden kann. Darin übertrifft BLUBZEWE jedes andere Prognosesystem.*

### **Warum arbeitet BLUBZEWE mit acht Kriterien?**

*Es sind die für eine präzise Qualifizierung wesentlichen Kriterien. Bei der Entwicklung des Tools sind wir sehr bald auf genau diese Wertegrundlagen gekommen.*

### **Gab es Widerstände in Ihrem Vertrieb?**

*Die gab es zu Beginn. Besonders von den „alten Hasen“. Als aber klar wurde, dass BLUBZEWE zielgerichtete Aktionen generiert – etwa bei der Budgetierung, dem Zeitrahmen oder bei der Entscheidungsfindung – haben wir die meisten schnell überzeugt. Wenn BLUBZEWE zum Beispiel ganz klar aufzeigt, wann es sinnvoll ist, einen Techniker mit zum Kundengespräch zu nehmen und wann nicht, wurde das Tool ohne Probleme als Garant von Kostenersparnis anerkannt.*

### **Lässt sich BLUBZEWE von jedem Unternehmen einsetzen?**

*Ja. Besonders effektiv ist sein Einsatz im strategischen Bereich und in Unternehmen, die erklärungsbedürftige Produkte herstellen. Vereinfacht gesagt: Der Vertrieb einer komplexen Software wird von BLUBZEWE natürlich besser unterstützt als der eines Päckchen Kaffees.*

### **Welche Erfolge erzielten Sie mit BLUBZEWE?**

*Wir haben innerhalb von vier Jahren einen Internet-Multimedienanbieter von 0 auf 12 Millionen Dollar Umsatz gebracht. Sicher nicht ausschließlich, aber doch zu einem wichtigen Teil ein Erfolg von BLUBZEWE.*

# Tipps

## Alles über BLUBZEWE

Sie wollen mehr über das Chancen-Radar von salegro wissen und es live testen? Dazu finden Sie unser [Online-Bewertungs-Tool](#).

## Unser Online-Workshop:

salegro wird am 10. Dezember 2008 von 16 bis 17 Uhr einen Online-Workshop anbieten, der Sie im richtigen Umgang mit BLUBZEWE trainiert. Sie können sich heute schon anmelden. Die Teilnahme gibt es für 49,- Euro, [Anmeldungen](#) sind bis zum 28. November möglich.

Weiterführende Informationen gibt es auch in unserem [Blog](#).

## Ihr persönlicher Draht zu uns:

Unsere Experten sind gerne während Ihrer telefonischen Sprechstunden unter der Nummer 089 - 7474 6195 für Sie da:

- Heiko van Eckert am 19. November von 10 bis 11 Uhr
- Rainer Jankowski am 21. November von 13 bis 14 Uhr
- Engelbert Wölfl am 24. November von 14 bis 15 Uhr
- Ronny Hirth am 27. November von 14 bis 15 Uhr
- André Stötzel am 2. Dezember von 14 bis 15 Uhr
- Iris Dorn am 4. Dezember von 15 bis 16 Uhr

Wir freuen uns über Ihren Anruf!

## Absolut lesenswert!

... sind folgende Bücher zum Thema Vertriebs-Forecast:

- [Praxishandbuch Vertrieb](#), Heiko van Eckert, Cornelsen Verlag
- [Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung](#), Peter Winkelmann, Vahlen Franz GmbH
- [Professionelles Vertriebsmanagement](#), Günter Hofbauer und Claudia Hellwig, Publicis Corporate Publishing

## Inside salegro

Besuchen Sie unseren Workshop:

### Präzise Opportunity-Bewertung im Forecast!

Am 24. November lädt Sie salegro um 19 Uhr ins "einfach geniessen" in München zu unserem ausschließlich auf Nutzen und Anwendung einer präzisen Forecast-Planung zugeschnittenen Workshop ein.

Der Workshop wird von den erfahrenen salegro Seniorberatern Rainer Jankowski und Engelbert Wölfl geleitet, die mit Ihnen anhand vieler Fallbeispiele den Umgang mit dem Chancen-Radar diskutieren. Er richtet sich ausschließlich an Geschäftsführer und Vertriebsleiter.

[Weitere Informationen und Anmeldung gibt es hier.](#)

### Willkommen im Team!

Seit Mai 2008 verstärken zwei neue Mitarbeiter das Team von salegro und sind als kompetente Ansprechpartner für Sie da: Mit [Iris Dorn](#) konnten wir eine erfahrene Key Account Managerin als Vertriebsberaterin gewinnen und mit [Engelbert Wölfl](#) (siehe auch Interview) einen Vertriebsspezialisten und ausgewiesenen Experten für Vertriebsprozesse. Wir wünschen unseren neuen Kollegen viele spannende und erfolgreiche Projekte!

### Offene Jobs bei salegro:

Wir wachsen und suchen versierte Vertriebsprofis für neue, spannende Kunden und Projekte. Reizt es Sie, als Berater bzw. Trainer Teil des salegro Teams zu werden? [Dann finden Sie hier mehr Details zum aktuellen Bedarf und ein Jobprofil.](#)

---

### Impressum:

Verantwortlicher iSdP:

salegro, Heiko van Eckert, Zeppelinstr. 73, 81669 München,  
[h.vaneckert@salegro.de](mailto:h.vaneckert@salegro.de), [www.salegro.de](http://www.salegro.de)

Redaktion: Ulrike Gaissert, [ulrikegaissert@yahoo.de](mailto:ulrikegaissert@yahoo.de)

Gestaltung: Jesko Arlt, SMOKE & MIRRORS