Great Sales Force® Survey

Mehr Produktivität durch Transparenz im Vertrieb!

06.11.2013, Branchenkonferenz Versicherungen, Wien

LEGAL NOTICE

The ideas, concepts and layouts presented in this presentation are the intellectual property of Great Sales Force®*.

No modification of layouts, reproduction or commercial distribution of theseideas, concepts or layouts is permitted without Great Sales Force®´s consent.

This applies to Great Sales Force® layouts, concepts and ideas both in whole and in part.

*Great Sales Force® is a registered trademark of fan gene gmbh, Austria.

AGENDA

- Das Phänomen
- Great Sales Force® Survey
  - Der Fragebogen
  - Auszug Case-Study
- Der Nutzen

DAS PHÄNOMEN

DAS PHÄNOMEN

Wir beobachten folgendes Phänomen: Egal was das Management tut, um die Produktivität der Vertriebsmannschaft zu erhöhen, die Reaktion ist die folgende:

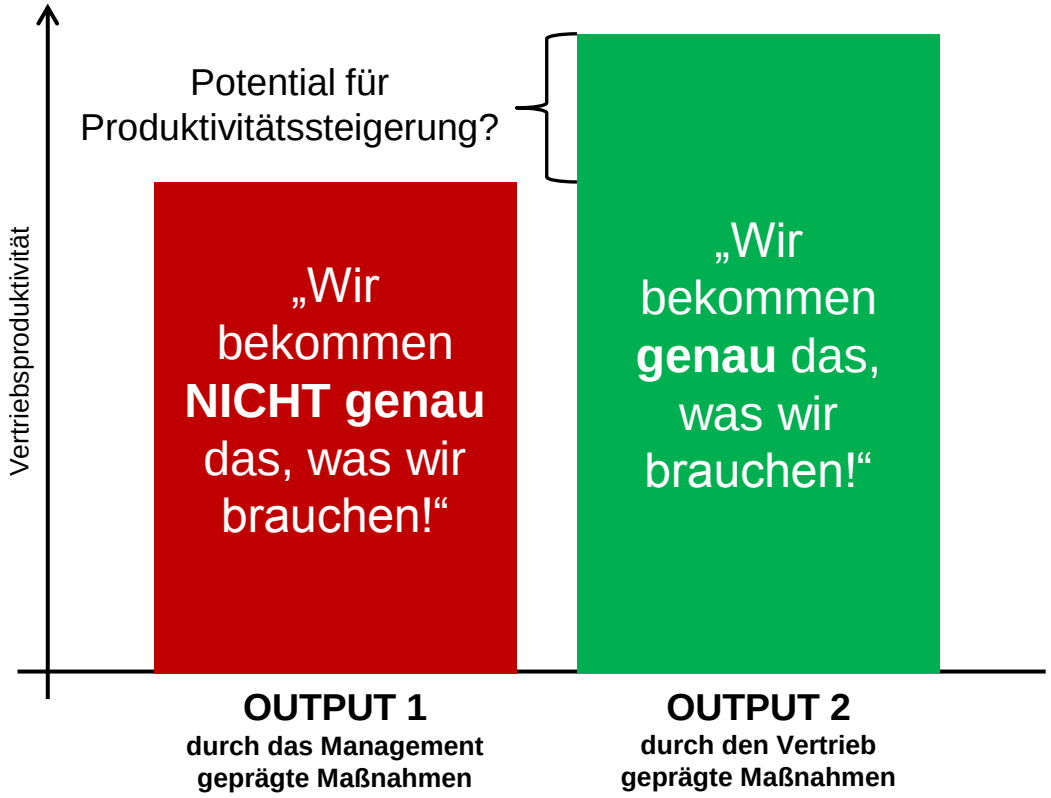
„Schön und gut, aber das ist nicht genau das, was wir brauchen…“

„…wenn wir **genau das** bekämen, was wir brauchen, könnten wir **viel mehr** leisten.“

Anmerkung: Definition von Vertriebsmannschaft: Verkäufer & Level 1 Vertriebsmanager

DAS PHÄNOMEN

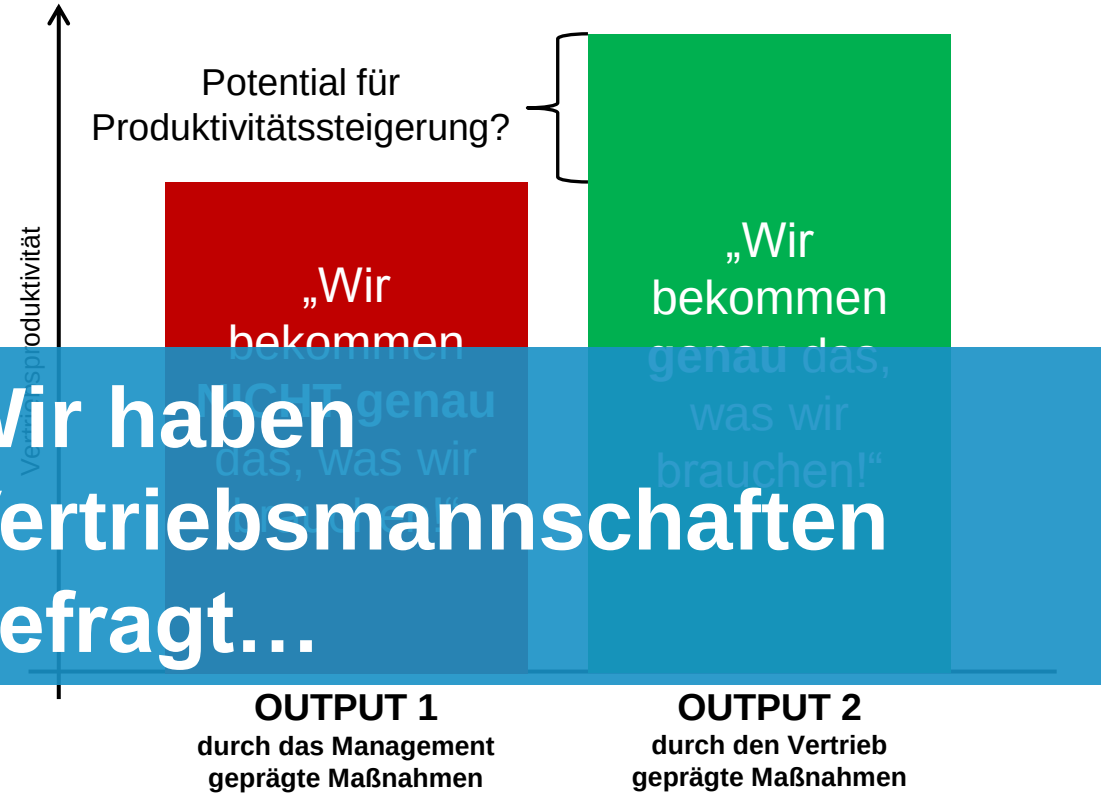
Aus diesem Grund haben wir uns gefragt, ob es einen Unterschied macht, wenn die Vertriebsmannschaft **„genau das“** bekäme, was sie braucht:



Macht es einen Unterschied?

DAS PHÄNOMEN

Aus diesem Grund haben wir uns gefragt, ob es einen Unterschied macht, wenn die Vertriebsmannschaft **„genau das“** bekäme, was sie braucht:



Wir haben Vertriebsmannschaften befragt…

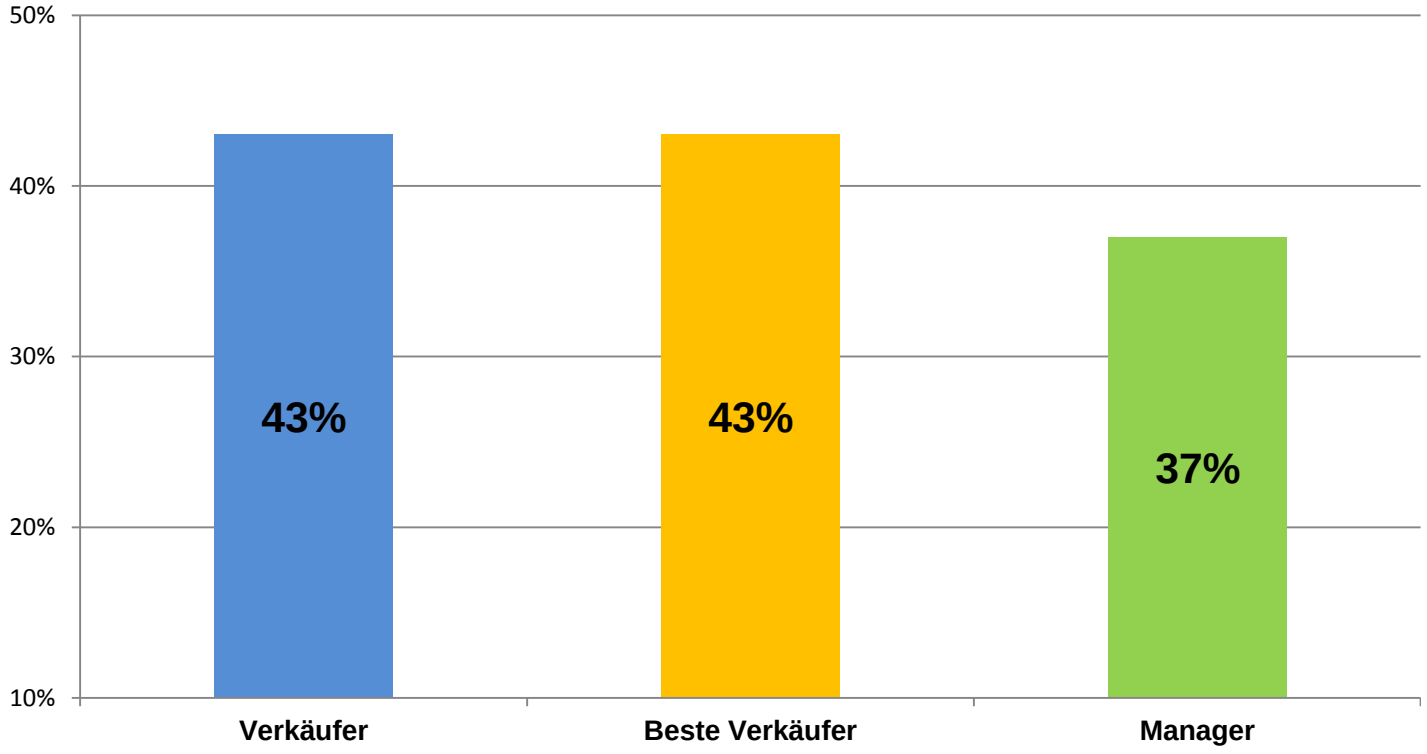
Macht es einen Unterschied?

DAS PHÄNOMEN

Um wieviel Prozent könnten Sie Ihre Produktivität erhöhen, wenn Sie „genau das bekämen, was Sie brauchen”?

DAS PHÄNOMEN

Um wieviel Prozent könnten Sie Ihre Produktivität erhöhen, wenn Sie „genau das bekämen, was Sie brauchen”?



Quelle: Befragung durchgeführt von Great Sales Force®

DAS PHÄNOMEN

Um wieviel Prozent könnten Sie Ihre Produktivität erhöhen, wenn Sie „genau das bekämen, was Sie brauchen"?

Ja, es macht einen Unterschied!

Quelle: Befragung durchgeführt von Great Sales Force®

DAS PHÄNOMEN

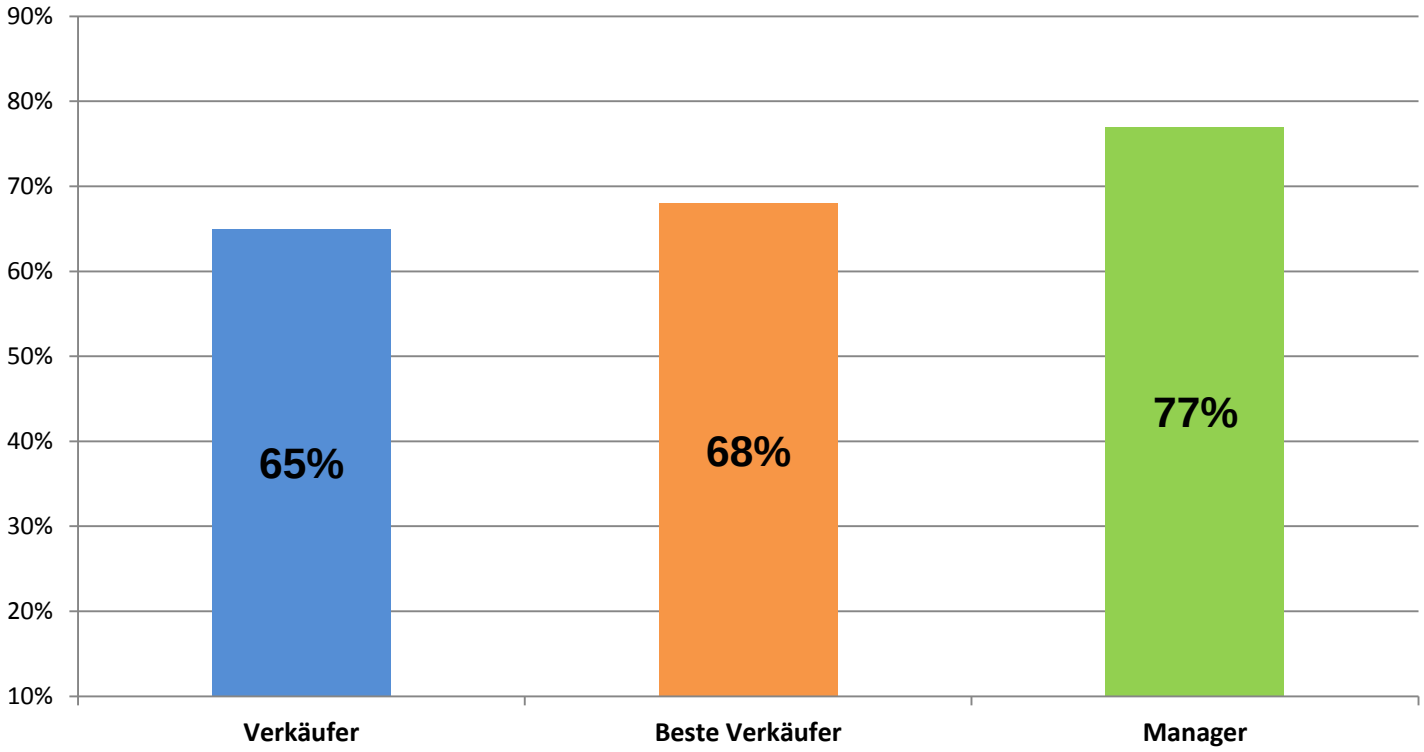
Wie können Sie nun herausfinden,
WAS GENAU die Verkäufer brauchen?

DAS PHÄNOMEN

Können **Sie** sie einfach fragen?

DAS PHÄNOMEN

Ich kann in meiner Firma offen sagen, was ich denke.



Quelle: Befragung durchgeführt von Great Sales Force®

DAS PHÄNOMEN

Ich kann in meiner Firma offen sagen, was ich denke.

Nein, sie würden es Ihnen nicht sagen!!

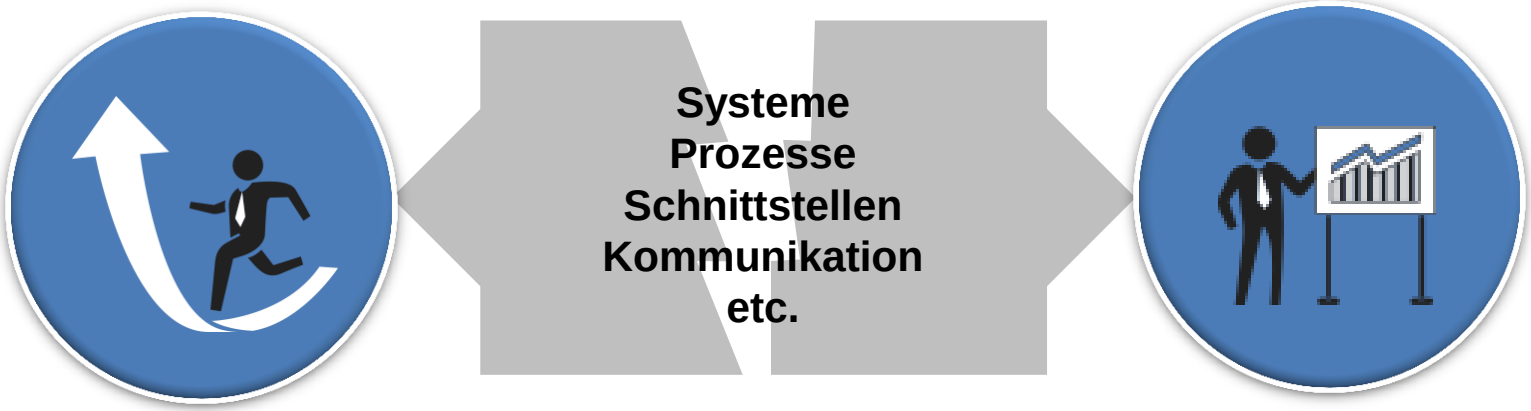
Quelle: Befragung durchgeführt von Great Sales Force®

DAS PHÄNOMEN

SPANNUNGSFELD BACK OFFICE UND VERTRIEB

Emotion versus Sachorientierung

‚Tagesverfassung' versus systematischer Priorisierung



VERTRIEB **BACK OFFICE**

GSF
SURVEY

GREAT SALES FORCE® SURVEY

Die Great Sales Force® Survey ist ein Instrument, welches das **Produktivitätssteigerungspotential** von Vertriebsmannschaften **ermittelt** und **Ansatzpunkte für dessen Realisierung lokalisiert**.

geprüft durch:

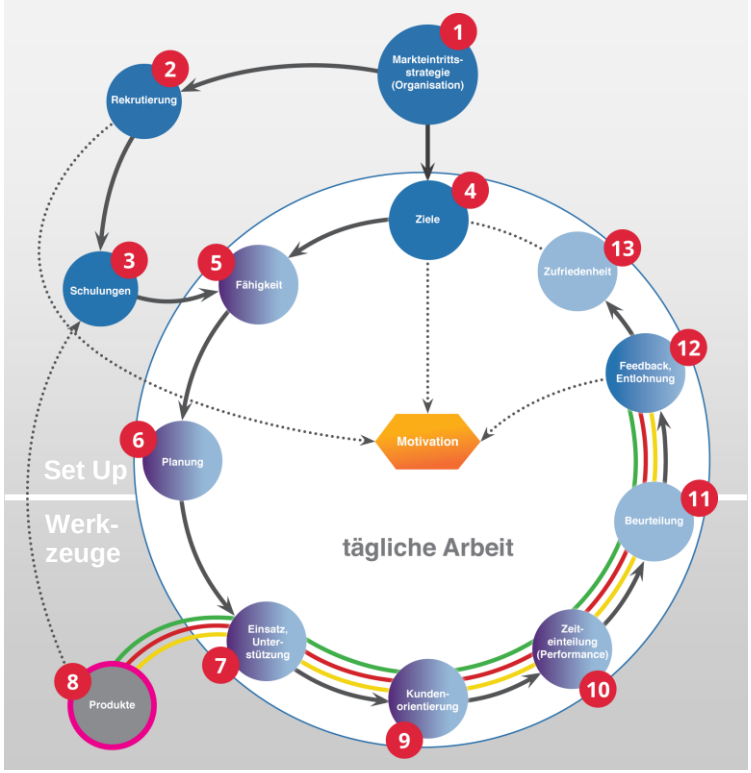
Institut für Versicherungswirtschaft
Universität St.Gallen

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
University of Applied Sciences

DER FRAGEBOGEN

DER FRAGEBOGEN

GSF® Produktivitäts-Engine



GSF® Survey (Engine Check)

83 Fragen

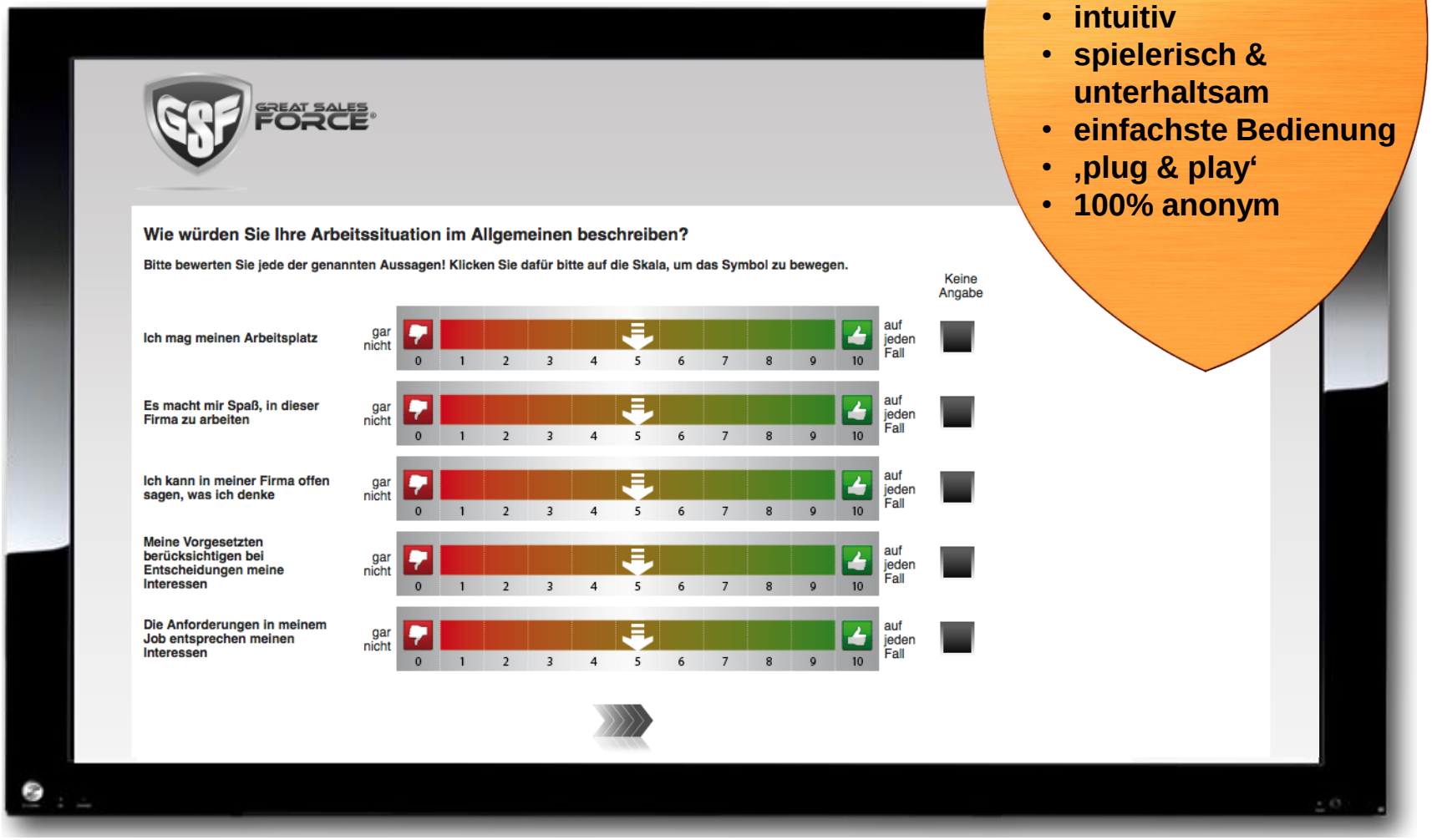
- 100% Anonym
- ca. 20 Min. Ausfülldauer
- individualisierbare Fragen
- funktioniert „plug & play“

Geprüft durch

Institut für Versicherungswirtschaft
Universität St.Gallen

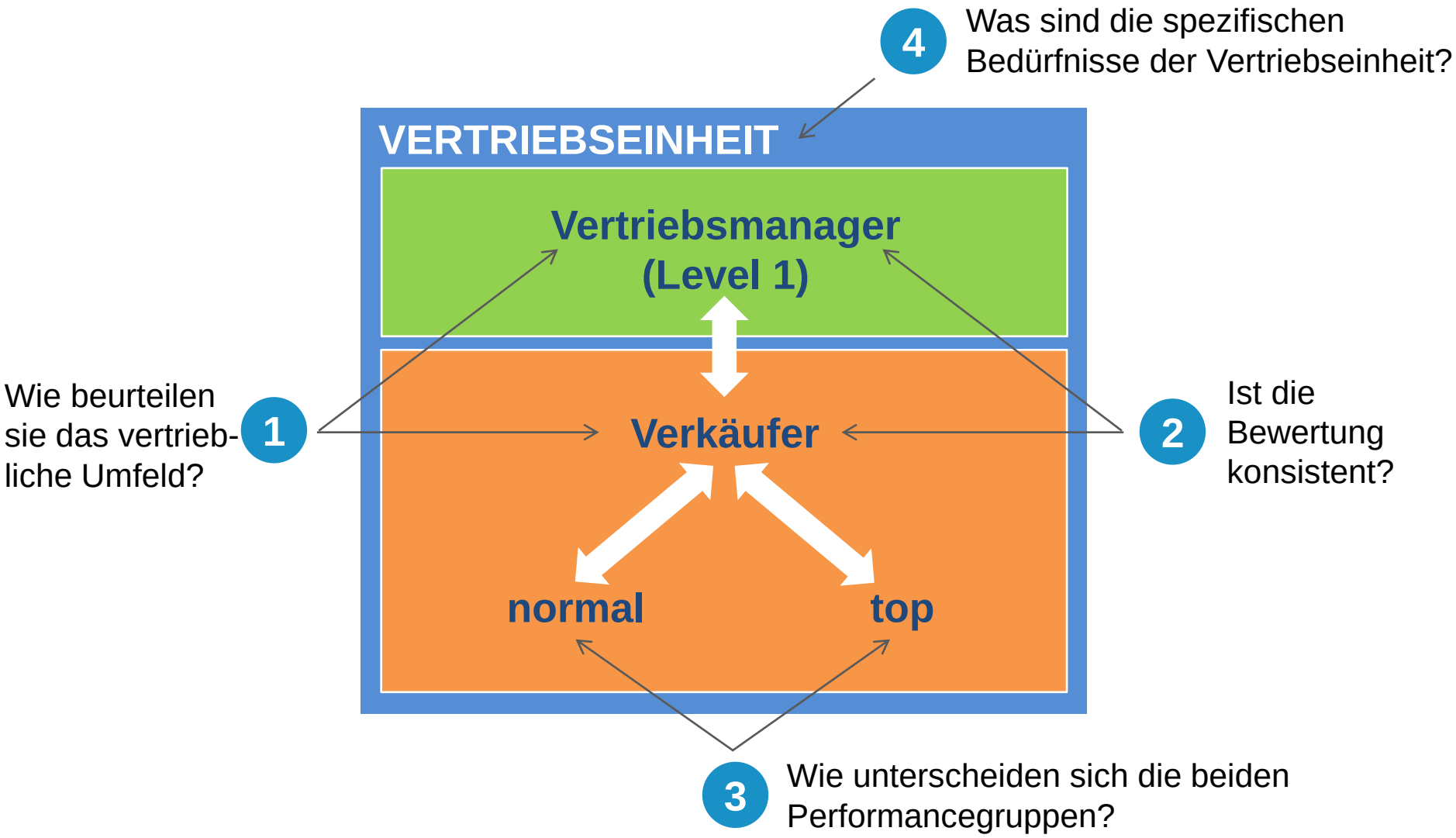
Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
University of Applied Sciences

DER FRAGEBOGEN

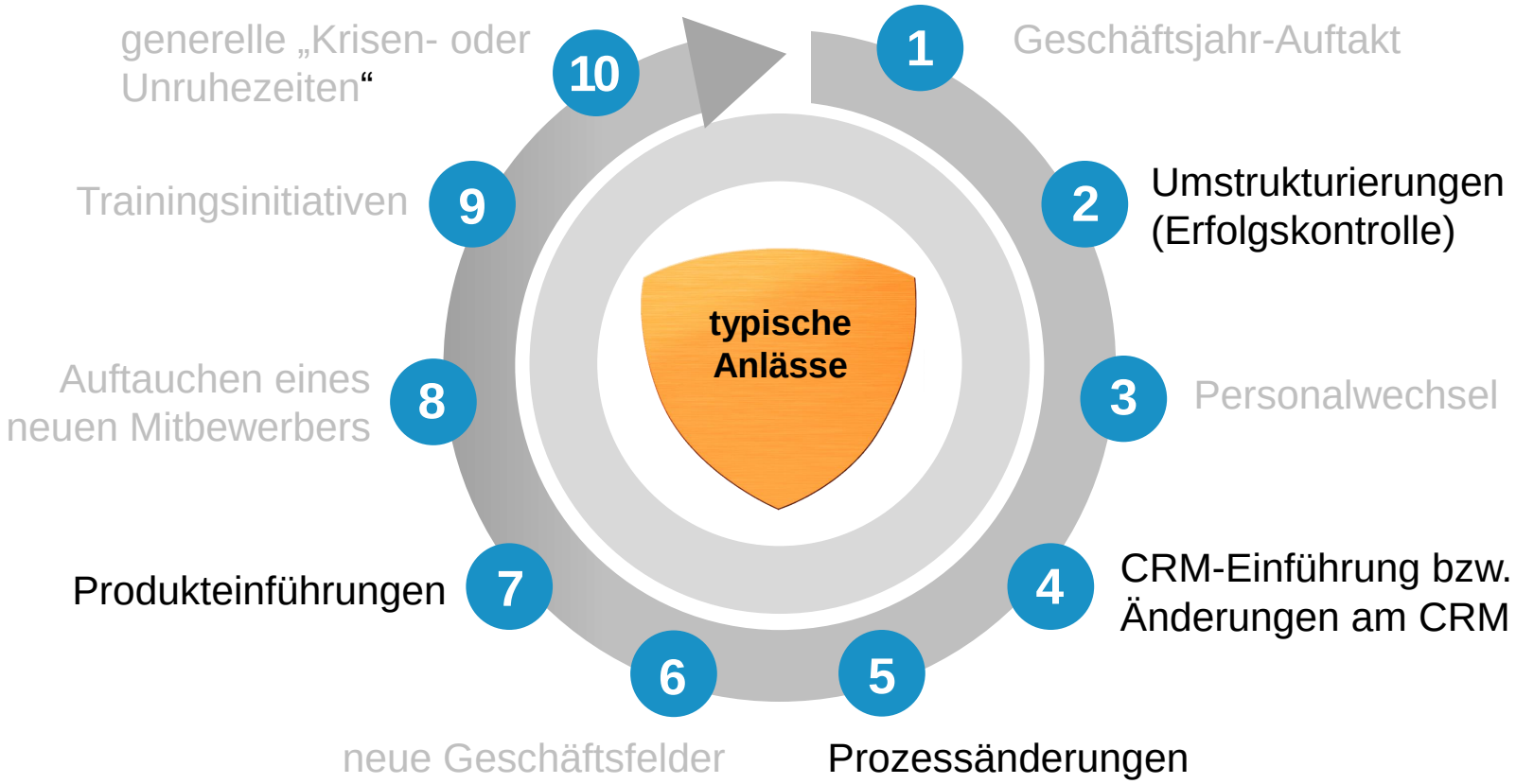


- **intuitiv**
- **spielerisch & unterhaltsam**
- **einfachste Bedienung**
- **‚plug & play'**
- **100% anonym**

DER FRAGEBOGEN



DER FRAGEBOGEN



DIE ERGEBNISSE

Inklusive verschiedenster Benchmarks

&

Summary Report

- Kurzer und präziser Überblick mittels „Ampelsystem“

Detail Report

- Statistische Details & Graphen für die vertiefte Analyse

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

IHR KONTAKT

GREAT SALES FORCE®

T +43 2252/254 587
E office@greatsalesforce.com
W www.greatsalesforce.com

ANNEX