Die 10 Goldene Regeln - Verkaufsleitung

1. Ausreichende Menge Werbematerialien im Geschäft

An jedem Verkaufsort müssen alle Verkäufer genügend All-in-House/Protexx-Broschüren und All-in-House-Testkarten zur Verfügung haben. Außerdem empfiehlt es sich, Möbel im Showroom mit einem All-in-House/Protexx -Hängelabel zu versehen.

2. Geschultes Personal

Es ist wichtig, dass der Verkäufer ausreichende Kenntnisse über das All-in-House/Protexx -Programm hat.
Aus diesem Grund bietet Oranje Furniture Care immer kostenlose Verkaufstrainings vor Ort an, damit die Mitarbeiter über ausreichende Kenntnisse verfügen.

3. Verkaufsregel 1: Bieten Sie immer das All-in-House-Service jedem Kunden an

Räumen Sie dem Verkäufer immer die Möglichkeit ein, All in House/Protexx während des Verkaufsgesprächs zu erwähnen. Lassen Sie die Verkäufer niemals für die Kunden denken.

4. Verkaufsregel 2: Nachdem die Bestellung abgeschlossen wurde, demonstrieren Sie die Testkarte

Lassen Sie den Verkäufer immer die Testkarte verwenden, um zu demonstrieren, wie gut ein Stoff geschützt werden kann. Danach ist der richtige Moment, den Kunden für den Kauf des All-in-House/Protexx-Service zu überzeugen.

5. Verkaufsregel 3: Geben Sie die Broschüre und Testkarte dem Kunden mit

Ist der Kunde noch nicht überzeugt, lassen Sie den Verkäufer dem Kunden immer eine Broschüre und eine Testkarte mitgeben, damit der Kunde darauf zurückkommen kann.

6. Verkaufsregel 4: Bei jedem Kundenauftrag All in House anbieten: Ja oder nein

Der Verkäufer muss bei jedem Verkaufsauftrag angeben, ob All in House/Protexx verkauft wurde.
(Tipp: Legen Sie auf dem Kundenauftrag standardmäßig fest: All in House/Protexx: Ja oder nein)

7. Verkaufsregel 5: Kunden eine zusätzliche Möglichkeit bei der Möbelauslieferung bieten

Stellen Sie sicher, dass der Kunde eine zusätzliche Möglichkeit bekommt, den All-in-House/Protexx-Service zu wählen, sobald sich die Möbel in der Vorauslieferung befinden. Lassen Sie alle Verkaufsaufträge offen, bei denen noch kein All in House/Protexx verkauft ist, so dass der Kunde noch wählen kann. Kunden haben dann oft mehr finanziellen Spielraum, wodurch sie sich plötzlich dafür entscheiden.

8. Lassen Sie alle Vertriebsmitarbeiter nachverfolgen, wie viel All In House/Protexx sie verkauft haben

Fordern Sie den Verkäufer auf, alle Verkaufsaufträge mit Sitzmöbeln auf einem Standardformular festzulegen. Es zeigt, wie viele Plätze insgesamt verkauft sind und wie viele davon mit All-in-House/Protexx -Service. **Dieser Prozentsatz ist ein wesentliches Messkriterium.**
(Tipp: Lassen Sie diese Zahlen möglichst vom Softwaresystem pflegen)

9. Lassen Sie alle Abteilungsleiter monatlich den Prozentsatz der Verkäufe verfolgen

Jeder Abteilungsleiter ist dafür verantwortlich, die Prozentsätze der Verkäufer am Monatsende einzuholen. Es ist wichtig sicherzustellen, dass es eine Mindestuntergrenze von 35% gibt. Wenn es Verkäufer gibt, die darunter liegen, muss die verantwortliche Person eingreifen und für eine verbesserte Leistung sorgen.

10. Sorgen Sie für eine optimale Motivation der Verkäufer

Es ist wichtig, dass Verkäufer motiviert werden, jeden Monat einen hohen Umsatzanteil zu erzielen.
Stellen Sie daher sicher, dass es eine angemessene Belohnung für eine gute Leistung oder möglicherweise eine Konsequenz für eine schlechte Leistung gibt.