

Terminvereinbarung, Termin- und Routenplanung

Die Optimierung der Reiserouten erhöht den Deckungsbeitrag

Sowohl in Literatur als auch in der Praxis wird bei der Verkaufsgebietseinteilung die Minimierung der Reisezeit als die beste Methode angesehen, um den Deckungsbeitrag zu erhöhen. Bei der Analyse der Reiserouten von 100ten von Verkäufern haben wir ein Einsparpotenzial von 5 bis 35 % ermittelt. Durch eine entsprechende Termin- und Routenplanung und der Fähigkeiten Termin mit Kunden auf bestimmte Wochentag / Zeiten zu vereinbaren kann diese Potenzial in einen höheren Deckungsbeitrag umgesetzt werden.



Seminarziel

Die Teilnehmer

- bereiten das Gespräch, den Routenplan und den Terminplan optimal vor
- kennen das unterschiedliche Verhalten von Kunden nach DISG®-Typologie
- können sich auf das unterschiedliche Verhalten der Kunden einstellen
- wenden bei Telefonaten einen Quick-Check zur Typologie der Kunden an
- lernen, sich besser und schneller auf den Kunden einzustellen
- erwerben die Fähigkeit, durch die schnellere Einschätzung des Kundentypus Termine am Telefon effizienter und erfolgreicher zu vereinbaren
- lernen Kundengespräche auf bestimmte Wochentage / Zeiten zu vereinbaren
- erkennen ihre eigene Wirkung am Telefon und Entwickeln Maßnahmen um diese zu verbessern

Inhalte

- Analyse Routenplanung
- Routenplanung und Optimierung
- Vermeidung von Sternfahrten
- Verhaltenstypologie nach Persolog®(DISG®)-Typologie
- Quick –Check des Kunden zur Kommunikation am Telefon
- Vorbereitung (Termintelefonat, Routenplan, Terminplan)
- Telefonische Terminvereinbarung
- Einwände am Telefon
- Nutzenargumente am Telefon
- Stimme und Sprache am Telefon
- Rollentraining Telefonische Terminvereinbarung aus dem Arbeitsalltag der Teilnehmer

Methoden

- Lehrgespräch
- Einzelarbeit
- Gruppenarbeit
- Rollentraining - Termintelefonate
- Feedback-Runden

Organisation

- Zielgruppe
 - Vertriebsmitarbeiter
- Dauer
 - 2 Tage

| Wochentag | Sternfahrt [Km] | Optimierte [Km] | Differenz | |
|---------------------|-----------------|-----------------|-----------|------------|
| Montag | 357 | 142 | | |
| Dienstag | 245 | 150 | | |
| Mittwoch | 258 | 145 | | |
| Donnerstag | 291 | 143 | | |
| Freitag | 243 | 127 | | |
| Summe | 1.394 | 707 | - | 687 |
| <hr/> | | | | |
| Ø Fahrleistung/Tag | 279 | 141 | - | 137 |
| jhrl. Fahrleistung | 58.548 | 29.694 | - | 28.854 |
| Summe Fahrzeit [h] | 976 | 495 | - | 481 |
| Kundenbesuche | | | | 321 |
| Kundenbesuche/Woche | | | | 7,6 |
| <hr/> | | | | |
| Bezugsgrößen | | | | |
| Arbeitstage | 210 | | | |
| Ø Km/h | 60 | | | |
| Kundenbesuch [h] | 1,5 | | | |

Die Auswertung zeigt, dass Sie bei optimaler Routenplanung

- 28.854 KM weniger fahren
- 8.656,2 € weniger Fahrtkosten (0,30 € / Km) haben
- 481 h weniger Zeit auf der Straße verbringen
- 7,6 Kundengespräche in der Woche mehr machen können
oder mehr Zeit für sich und die Familie haben



Beispielseite aus dem Arbeitsbuch für die
Seminarteilnehmer