



Engpass-Schnell-Analyse© (ESA) für Ihr Unternehmen

Mit der Engpass-Schnell-Analyse© können Sie in wenigen Minuten Ihren Unternehmens-Engpass im Sog-Marketing ermitteln. Auch wenn Sie sicherlich einige Engpässe entdecken, sollten Sie sich zunächst auf den größten Engpass konzentrieren, um Ihr Marketing zu verbessern.

Als Lizenznehmer stellt Ihnen Dr. Brogsitter (www.strategie.de) die Engpass-Schnell-Analyse© kostenlos zur Verfügung.

➔ Bitte nach Ausdrucken und Ausfüllen der Engpass-Schnell-Analyse© zur individuellen grafischen Auswertung und Interpretation per Fax an **+49 (0) 2642 - 44953**

Ich sichere Ihnen über alle Daten absolute Diskretion zu.
Herzlichst, Ihr Dr. Bernd Brogsitter

Anrede:

Vorname:

Nachname:

Firmenname:

Straße:

PLZ/Ort:

Telefon:

E-Mail:

Kernziel: Neukunden gewinnen

Wo liegt Ihr Engpass beim Sog-Marketing?

Sog-Marketing (Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, der Auftragseingänge sowie der Erträge durch konsequente Kunden-Orientierung und überzeugende Leistungs-Darstellung).

- Um die Frage nach Ihrem Sog-Marketing-Engpass zu beantworten, haben wir 20 Kriterien definiert, die zu bewerten sind.
- Jedes Kriterium wird durch Fragen erläutert.
- Schätzen Sie jetzt Ihre „Stärken“ und „Schwächen“ selbst ein, um den aktuellen Engpass zu erkennen.
- Sie haben eine Skala von 0 bis 9 zur Verfügung:
0 = gar nicht, **1** = sehr wenig und **9** = sehr viel



Nachfrage schaffen/Kontakte aufbauen

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Kundenkartei-System

Haben Sie eine komplette CRM-Daten-Bank?

Systematische Mailings

Machen Sie gezielte Aussendungen an Kauf-Interessenten?

Empfehlungs-Mailings

Bekommen Sie regelmäßig Empfehlungen und senden Sie einen Empfehlungsbrief?

Nachfass-Mailings

Fassen Sie regelmäßig schriftlich nach und unterbreiten Sie drei Vorschläge zum Auswählen?

Info-Veranstaltungen

Laden Sie regelmäßig zu Info-Veranstaltungen ein und sammeln Sie die Adressen der Besucher?

Beraten/Preis finden

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Vertrauens-Aufbau

Bauen Sie Vertrauen auf, z. B. durch Gesprächsleitfaden, Terminbestätigungen?

Bedarfsermittlung

Setzen Sie einen Beratungsbogen zum Notieren von Wünschen und Erwartungen ein?

Planungs-Kompetenz

Stellen Sie die Phasen „Vorbereitung, Durchführung, Nachbetreuung, Terminübersicht“ vor?

3-Vorschläge-Methode

Machen Sie nur ein Angebot oder unterbreiten Sie 3 Vorschläge zur Auswahl?

Nachfass-Aktivitäten

Fassen Sie nach, wenn das Angebot verschickt wurde?

Ausführen

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Termin + Ablauf-Planung

Legen Sie gleich einen Ausführungs-Terminplan vor mit 3 Termin-Vorschlägen?

Mitarbeiter-Einweisung

Wird der Start der Ausführung vorbereitet und weisen Sie die Mitarbeiter bei der Ausführung ein?

Individuelle Ansprache

Führen Sie ein Kunden-Daten-Blatt mit den Kunden-Wünschen?

Qualitäts-Ausführung

Akzeptieren die Mitarbeiter die Wünsche des Kunden?

Abnahme durchführen

Führen Sie nach getaner Arbeit eine Abnahme durch auch als Dokument für den Kunden?

Nachbetreuen/Folgeaufträge

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Auftrags-Chancen notieren

Erkennen Sie bei der Ausführung schon Folgeaufträge und verwalten diese in der Daten-Bank?

Empfehlungen erhalten

Arbeiten Sie systematisch auf Empfehlungen zu?

Pflege-Konzept anbieten

Bieten Sie drei Service-Pakete oder drei Kunden-Alternativen zur Auswahl an?

Info-Betreuung

Fragen Sie jeden neuen Kunden, ob er betreut werden möchte und bieten Ihren Newsletter an?

Folgeaufträge abholen

Unterbreiten Sie dem Kunden verbindliche, kreative Folgeauftrags-Vorschläge?

© Copyright 2010 by Promoter-Verlagsgesellschaft mbH, Kronberg