

SelectLine einfach erklärt – CRM Verkaufschancen



SelectLine[®]
SOFTWARE

Inhaltsverzeichnis

1	Worum geht es?.....	2
2	Was ist das?	2
3	Wen betrifft es?	2
4	Wie geht das? – Umsetzung in SelectLine	3
4.1	Applikationsmenü/Stammdaten/Verkaufschancen	3
4.1.1	Applikationsmenü/Stammdaten/Verkaufschancen/Quelle	3
4.1.2	Applikationsmenü/Stammdaten/Verkaufschancen/Phase	4
4.1.3	Applikationsmenü/Stammdaten/Verkaufschancen/Grund	5
4.2	Verkaufschancen.....	6
4.2.1	Verkaufschance anlegen.....	6
4.2.2	Verkaufschance bearbeiten	9
4.3	Auswertungen.....	10

1 Worum geht es?

Verkaufschancen mit dem SelectLine CRM – Modul abbilden und auswerten.

2 Was ist das?

Eine Verkaufschance oder auch Opportunity genannt, entsteht meist aus einem Lead (Kontaktanbahnung zu einem Interessenten).

Ein Lead kann z.B. durch eine Anfrage auf Ihrer Internetseite oder bei einer Messe entstehen. Nach der Überprüfung und Qualifizierung eines Leads kann der weitere Verkaufsprozess in der Verkaufschance abgebildet werden.

Über Verkaufschancen stellen Sie die Wahrscheinlichkeit dar, die Interessenten für Ihre Produkte oder Dienstleistungen in Ihre Kunden umzuwandeln sowie Umsatz bei bestehenden Kunden zu generieren. Potenziellen Umsatz haben Sie so immer im Überblick.

Eine Prognose über die Umsatzentwicklung im Unternehmen ist somit schneller und übersichtlicher zu erstellen.

3 Wen betrifft es?

In den Verkaufschancen dokumentieren **Vertriebsmitarbeiter** ihre Kontakte mit Interessenten und Kunden, um die Wahrscheinlichkeit des Abschlusses eines Projekts darzustellen. Somit wird ein Überblick über zu erwartende Auftragseingänge und deren Umsatzvolumen gewonnen.

Vertriebsleiter verwenden dieses Instrument um zu überprüfen, in welchen Phasen sich die verschiedenen Verkaufschancen der Mitarbeiter befinden. Außerdem können Sie auswerten, welcher Vertriebsmitarbeiter wieviel potenziellen Umsatz zu einem bestimmten Zeitpunkt generiert hat.

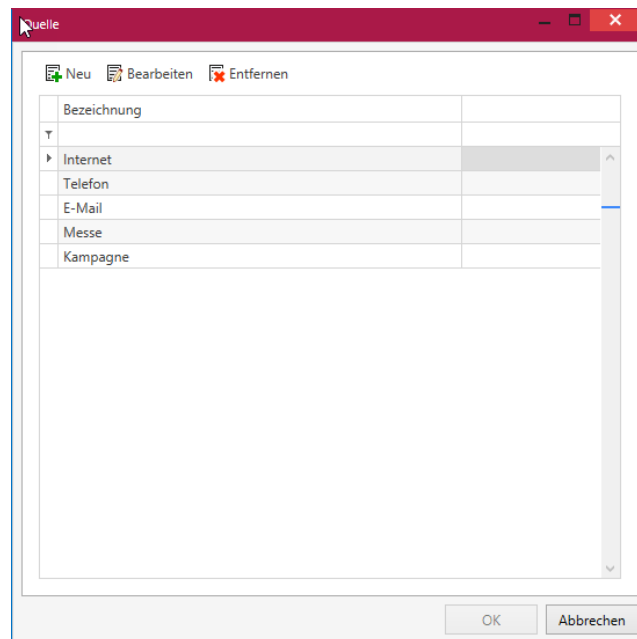
4 Wie geht das? – Umsetzung in SelectLine

4.1 Applikationsmenü/Stammdaten/Verkaufschancen

Unter *Applikationsmenü/Stammdaten/Verkaufschancen* sind die Stammdaten für die Quellen der Kontakte, für die Phasen der Verkaufschance sowie für die Gründe für den erfolgreichen bzw. nicht erfolgreichen Abschluss zu definieren.

4.1.1 Applikationsmenü/Stammdaten/Verkaufschancen/Quelle

Als Quelle wird die Herkunft des Kontaktes bezeichnet. Wie ist der Kunde bzw. Interessent auf das Produkt bzw. das Unternehmen aufmerksam geworden.



Hier wurden bereits folgende Quellen festgelegt:

- Internet
- Telefon
- E-Mail
- Messe
- Kampagne

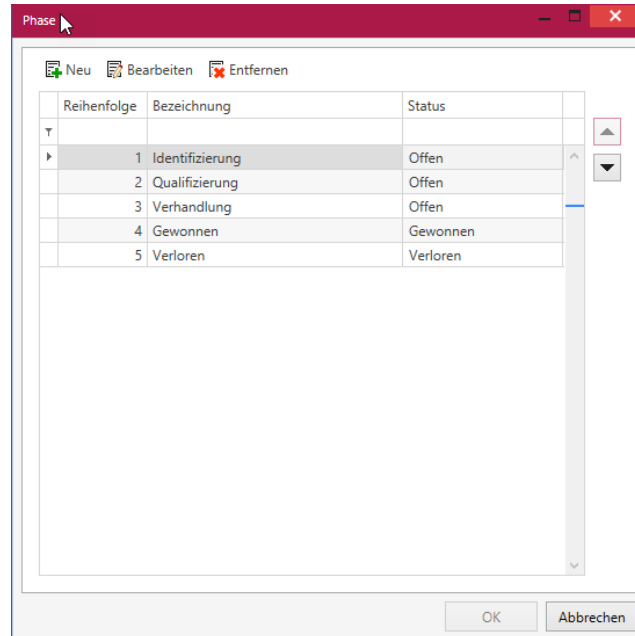
Sollte es notwendig sein, weitere Quellen der Herkunft der Kontakte festzulegen, ist es hier jederzeit möglich, Stammdaten zu ergänzen oder die bereits vorhandenen zu ändern bzw. zu löschen.

Die Angabe der Quelle wird in den Auswertungen grafisch dargestellt und dient somit als Information für den Vertrieb.

Sie können feststellen, welche Wege der Kontaktaufnahme mit Interessenten und Kunden am häufigsten genutzt werden, um daraus weitere Marketingaktionen zu entwickeln.

4.1.2 Applikationsmenü/Stammdaten/Verkaufschancen/Phase

Die Phase bezeichnet den Punkt an dem die Umsetzung der Verkaufschance sich zu einer bestimmten Zeit befindet. Als Ergebnis einer Chance gibt es die Möglichkeit die Chance als „gewonnen“ oder „verloren“ darzustellen.



Hier wurden bereits folgende Phasen festgelegt:

- Identifizierung
- Qualifizierung
- Verhandlung
- Gewonnen
- Verloren

Die Phase kann in der jeweiligen Verkaufschance entsprechend angepasst werden. Die hier festgelegten Phasen werden im oberen Teil des Dialoges der Verkaufschance dargestellt. Deshalb sollte eine logische Bezeichnung und Reihenfolge der einzelnen Phasen gewählt werden.

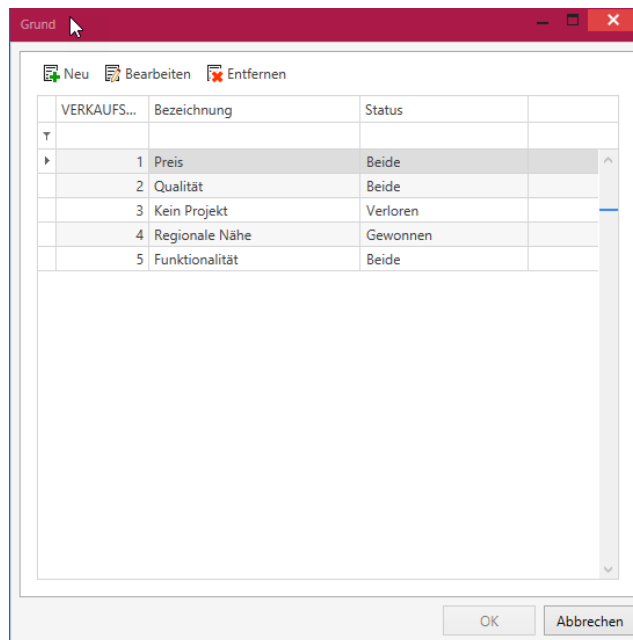
Für jede Verkaufsphase kann ein Status festgelegt werden.

Es sind drei Status vorgesehen:

- Offen
- Gewonnen
- Verloren

4.1.3 Applikationsmenü/Stammdaten/Verkaufschancen/Grund

Der Grund gibt an, warum eine Verkaufschance gewonnen oder verloren wurde. Die Gründe können ausgewählt werden, sobald die Verkaufschance als „gewonnen“ oder „verloren“ gekennzeichnet wird.



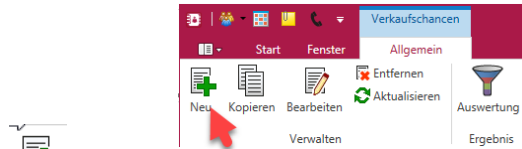
Bei der Neuanlage eines Grundes kann im Status festgelegt werden, ob der Grund für gewonnene, verlorene oder für beide Ergebnisse gelten soll.

Somit erhält man einen Überblick, warum sich Kunden für oder gegen ein Produkt entscheiden.

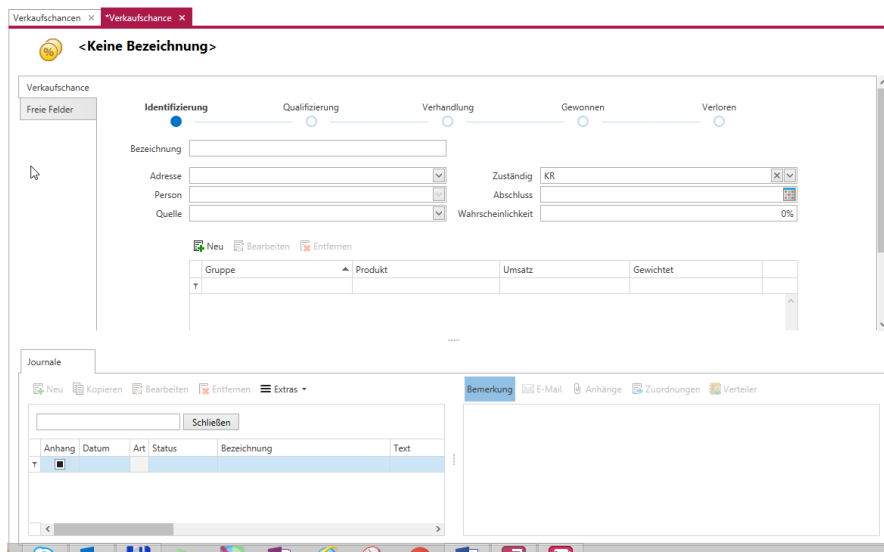
4.2 Verkaufschancen

Über *Start/Verkaufschancen* können die Verkaufschancen angelegt, bearbeitet, verwaltet und ausgewertet werden.

4.2.1 Verkaufschance anlegen



Über den Schalter **Neu** legen Sie eine neue Verkaufschance an. Sie gelangen in den Dialog, um die Angaben zu erfassen.



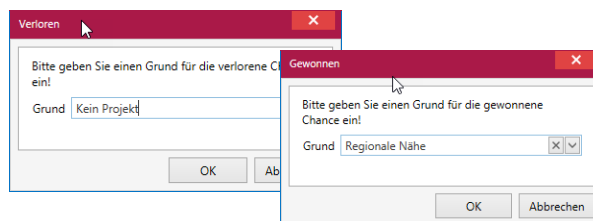
Phasen

Im oberen Teil des Dialoges einer Verkaufschance befindet sich die Darstellung der Phasen auf einer Leiste.



Dort werden die in den Stammdaten hinterlegten Phasen dargestellt. Je nach Phase der Verkaufschance kann der jeweilige Punkt durch Anklicken ausgewählt werden.

Wird die Phase „Gewonnen“ oder „Verloren“ ausgewählt, erscheint ein weiterer Dialog.



In dem Dialog kann dann der Grund für den Gewinn oder Verlust der Chance ausgewählt werden. Die möglichen Gründe wurden zuvor in den Stammdaten als „Grund“ definiert.

Nur wenn eine Phase im Status als „gewonnen“ oder „verloren“ definiert wurde, erscheint der Dialog um den Grund einzugeben.

Stammdaten der Verkaufschance

Folgende weitere Felder können gefüllt werden:

Bezeichnung

Geben Sie einen aussagekräftigen Namen für die zu erfassende Verkaufschance an.

Adresse

Hier wird der Kunde hinterlegt. Beachten Sie, dass der Kunde zuvor über *Start/Adressen und Personen* im CRM oder in der Warenwirtschaft über *Stammdaten/Kunden* bzw. *Stammdaten/Interessenten* angelegt werden muss.

Person

Der Ansprechpartner wird hier eingegeben. Dieser muss ebenfalls zuvor über *Start/Adressen und Personen* im SelectLine CRM oder in der SelectLine Warenwirtschaft über *Stammdaten/Kunden* bzw. *Stammdaten/Interessenten* angelegt werden.

Quelle

Die Stammdaten der einzelnen möglichen Quellen wurden zuvor unter *Applikationsmenü/Stammdaten/Verkaufschancen/Quellen* angelegt und können hier ausgewählt werden.

So kann ausgewertet werden, über welchen Weg die Kunden und Interessenten auf die Projekte und Produkte aufmerksam geworden sind bzw. woher der die Adresse stammt.

Zuständig

Im Feld *Zuständig* wird angegeben, welcher Mitarbeiter für die Verkaufschance zuständig ist. Das Feld wird immer mit dem angemeldeten Benutzer vorbelegt und kann bearbeitet werden.

Abschluss

Wann soll es eine Entscheidung über den Abschluss der Verkaufschance geben? Geben Sie hier den geplanten Termin ein. Sollte der Termin verändert werden, kann dies jederzeit in der Verkaufschance angepasst werden.

Wahrscheinlichkeit

Die Wahrscheinlichkeit des Abschlusses wird in % angegeben. Der Gesamtumsatz der Chance wird mit dem erfassten Prozentsatz multipliziert und gibt somit den gewichteten Umsatz an.

Detailangaben zur Verkaufschance

Im mittleren Teil des Dialoges werden nähere Angaben zur Verkaufschance gemacht:

Neu Bearbeiten Entfernen

Gruppe	Produkt	Umsatz	Gewichtet	
Software	Warenwirtschaft diamond	10.500,00 EUR	2.100,00 EUR	^
Software	Rechnungswesen	2.500,00 EUR	500,00 EUR	

Hier werden die Details über die Schalter **Neu** **Bearbeiten** **Entfernen** angelegt, bearbeitet oder wieder entfernt.

Folgende Felder können hier gefüllt werden:

Gruppe

Erfassen Sie wenn nötig, zu welcher Gruppe das einzelne Produkt gehört. (Bsp. Software/Hardware, Garten/Haus usw.)

Produkt

Hier werden die einzelnen Produkte erfasst, welche zu der Verkaufschance gehören.

Umsatz

Geben Sie den Umsatz an, der durch den Verkauf des Produktes erzielt werden kann. So kann der Gesamtumsatz ermittelt werden.

Gewichtet

Durch die Eingabe der Wahrscheinlichkeit des Abschlusses wird der gewichtete Umsatz ermittelt und in diesem Feld angezeigt.

Journalle

Im unteren Teil des Dialoges befinden sich die Journalle:

Journalle

Neu Kopieren Bearbeiten Entfernen Extras

Bemerkung E-Mail Anhänge Zuordnungen Verteiler

Suche Schließen

Anhang	Datum	Art	Status	Bezeichnung	Text
	06.03.2018	aufgenommen		Erstkontakt zur Aufnahme der Anforder...	Es wurden g
	06.03.2018	begonnen		Angebot erstellt und an den Kunden üb...	Angebot wu

Angebot wurde per Post an den Kunden geschickt.

In den Journalen können alle Notizen, E-Mails, Besuchsberichte und allgemeine Dokumente zu dieser Verkaufschance hinterlegt werden. Somit haben Sie den gesamten Verlauf von Verkaufschance bis zum Auftrag im Überblick.

4.2.2 Verkaufschance bearbeiten

Nachdem die Verkaufschance angelegt und gespeichert wurde, können Sie alle weiteren Informationen und Entwicklungen zu der jeweiligen Chance jederzeit hinzufügen.


Über den Menüpunkt *Start/Verkaufschancen* gelangen Sie in die Übersicht der bisher angelegten und bearbeiteten Verkaufschancen.

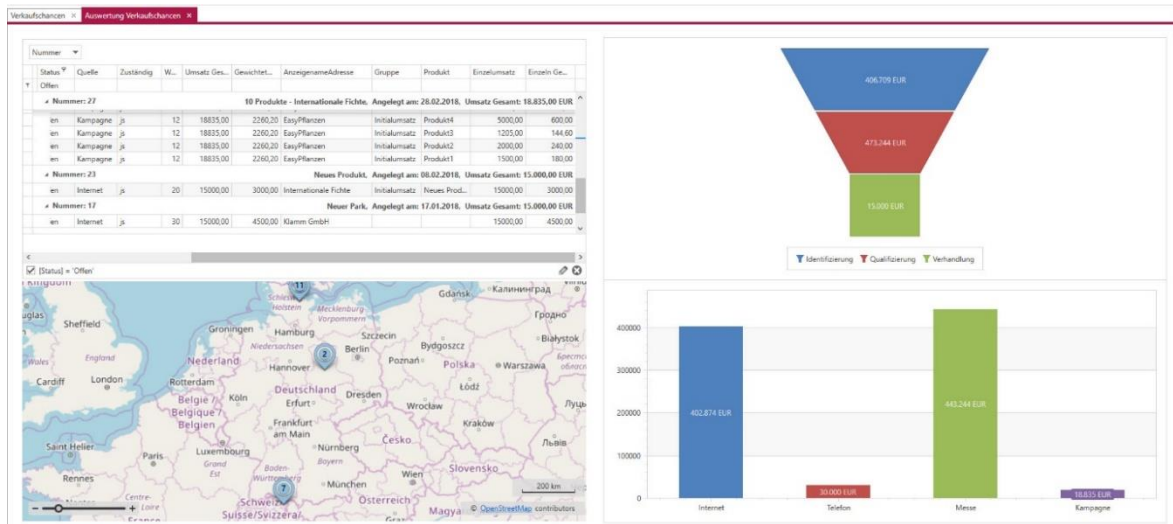
Filter	Nummer	Alter	Zuständig	Bezeichnung	Geplanter Abschluss	Phase	Quelle	Wahrscheinlichkeit	Status	Umsatz	Gewinn
Verkaufschancen	8	6	KR	Warenwirtschaft 12 AP	06.04.2018	Identifizierung	Telefon	20	Offen	13000,00	
Alle	7	6	KR	Warenwirtschaft + Rechnungswese...	28.03.2018	Gewonnen	E-Mail	50	Gewonnen	29500,00	
Offen	5	6	KR	Warenwirtschaft + Rechnungswese...	28.03.2018	Verloren	E-Mail	25	Verloren	15300,00	
Gewonnen	4	6	KR	Hardware 10 AP	28.03.2018	Verhandlung	Telefon	75	Offen	1000,00	
Verloren	3	13	KR	Warenwirtschaft 7 AP	31.03.2018	Gewonnen	E-Mail	50	Gewonnen	5000,00	
	2	14	KR	Rechnungswesen 5 AP	30.03.2018	Gewonnen	Internet	5	Gewonnen	2000,00	
	1	14	KR	Warenwirtschaft 10 AP + 10 Pc's	28.02.2018	Identifizierung	Telefon	10	Offen	15000,00	

In der Übersicht haben Sie verschiedene Möglichkeiten die Verkaufschancen zu filtern. In welcher Kategorie eine Verkaufschance zu finden ist, hängt von der Einstellung der Phase und dessen Status ab.

Über die Liste der angezeigten Chancen können Sie durch einen Doppelklick in die jeweilige Verkaufschance wechseln um sie zu bearbeiten.

4.3 Auswertungen

Innerhalb der Verkaufschance finden Sie in der Menüleiste den Button . Dort werden verschiedene Informationen angezeigt.

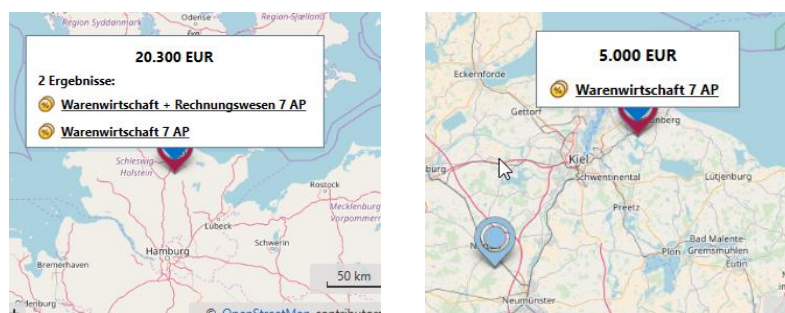


Im **linken oberen Bereich** finden Sie eine Liste aller Verkaufschancen. Über die Filterzeile kann durch Eingabe des jeweiligen Kriteriums festgelegt werden, nach welchen Kriterien gefiltert wird. Je nach erfasstem Kriterium werden die Diagramme und die Karte entsprechend angepasst.

Im **linken unteren Bereich** finden Sie eine Karte, auf der die Standorte der Kunden markiert sind, welche in den Verkaufschancen erfasst worden sind.

Wenn Sie eine Markierung in der Karte anklicken, erhalten Sie Informationen, darüber, welcher Kunde oder Interessent sich an dem gewählten Standpunkt befindet und welche Bezeichnung für die Verkaufschance erfasst wurde. Außerdem wird angezeigt welcher potenzielle Umsatz für den Kunden geplant wurde.

Je nach eingestelltem Zoom werden die Verkaufschancen eines Bereiches zusammengefasst oder einzeln dargestellt.



Im **rechten oberen Bereich** des Dialogs finden Sie einen Trichterdiagramm, welches die Anzahl der Verkaufschancen nach Phasen grafisch darstellt. Fahren sie mit der Maus über die jeweilige Phase, um zu erfahren wie viele Verkaufschancen dort erfasst wurden.

Im **unteren rechten Bereich** finden Sie ein Balkendiagramm. Dieses stellt die Verkaufschancen gegliedert nach ihrer Herkunft (Quelle) dar. Indem sie mit der Maus über die Säulen des Diagramms fahren, erhalten Sie die Information, wie viele Verkaufschancen über die einzelnen Quellen generiert wurden.