



PERFORMANCE  
& DEVELOPMENT



Initiative

„Aktion Cross Selling“

# *I. Wie kann Cross Selling auf breiter Basis umgesetzt werden?*

---

Vertriebsinitiativen sind gerade in wirtschaftlich problematischen Zeiten, in der das Einkaufsverhalten zögernder wird, von höchster Bedeutung. Gelegenheiten des Kundenkontaktes müssen optimal genutzt werden.

Durch Querverkäufe, also Cross Sellings, kann der Umsatz pro Auftrag erhöht werden.

Der Begriff kann in zwei Richtungen weit gesteckt verwendet werden:

1. Die zusätzlich angebotenen Produkte und Leistungen müssen in ihrer Art nicht direkt mit dem vom Kunden nachgefragten Produkt zusammenhängen, sofern sie dem umfassenden Bedarf des Kunden und dem unternehmensspezifischen Angebotsportfolio entsprechen.
2. Die AnbieterInnen dieser Zusatzleistungen müssen nicht unmittelbar VertriebsmitarbeiterInnen sein. Er oder sie können bei jeder Art des Kontaktes mit Kundinnen und Kunden wachsam Möglichkeiten zu Zusatzverkäufen ergreifen, sofern die Organisation sie dazu ermächtigt.

Das Bewusstsein dafür ist vor allem bei vertriebsfernen Mitarbeitergruppen gering und stellt einen wichtigen Ansatzpunkt für noch nicht ausgeschöpftes Vertriebspotenzial dar.

Mit der Überwindung von Vorbehalten gegenüber vertrieblicher Aktivität und Schulung hinsichtlich gesprächstechnischer Kompetenz in Richtung Zusatzverkauf kann dieses Bewusstsein nicht nur geweckt werden, sondern auch in Ergebnisse umgewandelt werden.

Empowerment zu Cross Selling auf fachlicher, methodischer und einstellungsmäßiger Ebene für alle MitarbeiterInnen, die im Kundenkontakt stehen, ist Voraussetzung um Quer- und Zusatzverkäufe auf breiter Basis

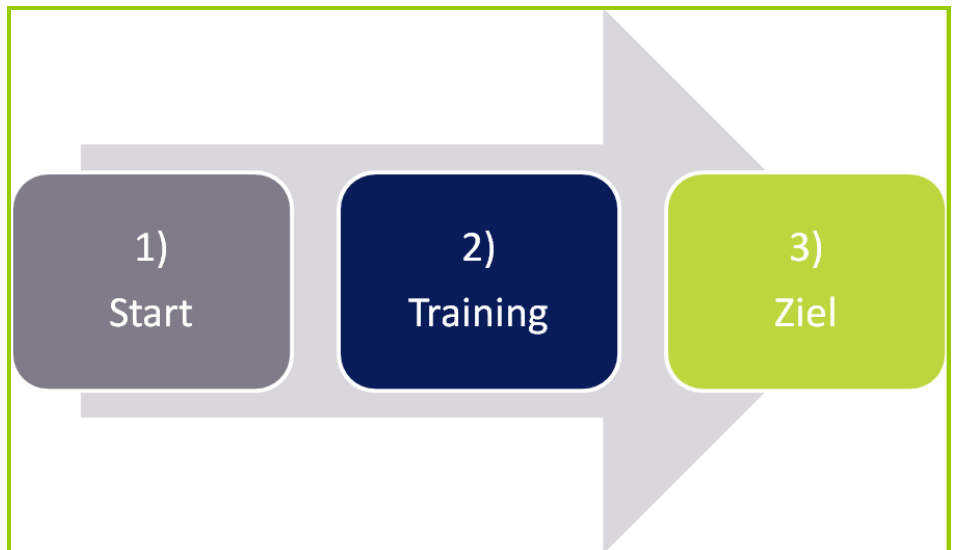
## II. Wie sieht die Initiative Aktion Cross Selling!“ aus?

---

### Zielgruppe:

Mitarbeitergruppen, die im Kundenkontakt stehen aus folgenden Bereichen:  
Verkauf, Fachabteilungen, Beratung, Servicetechnik u.v.m.

### Aufbau:



Im ersten Schritt werden mit den Vertriebsverantwortlichen Produkte, Settings und Ziele definiert.

Als Kernelement wird die Zielgruppe intensiv und praxisnahe trainiert.

Im abschließenden Schritt werden aus der Umsetzung entstandene, offene Fragen geklärt und die Zielerreichung überprüft.

Schritt 2) und 3) kann zur Intensivierung ausschließlich mit Trainingseinheiten wiederholt werden.

1 x 1 Tag:

Workshop zur Klärung und Erarbeitung der Rahmenbedingungen mit dem Vertriebsmanagement

1 X 2 Tage:

Training mit Input und Übungssequenzen.

1x1 Tag:

Training mit Ergebnisüberprüfung und ergänzendem Training

### 1) Workshop „START“

- \_ Erarbeitung von potenziellen Kundengruppen
- \_ Festhalten der Ist-Situation und Zielsetzung
- \_ Rahmenbedingungen klären (Verkaufsabwicklung, Vergütung etc..)
- \_ Skizzieren von Cross Selling Kombinationen zu Einstiegsanlässen bzw. Servicethemen

### 2) Training „AKTION CROSS SELLING“

- \_ Erarbeiten der Definition und Notwendigkeit von Cross Selling
- \_ Diskussion des Begriffs „Kunde“ bzw. „Kundin“!
- \_ Aufzeigen des Unterschieds von Kundenorientierung und Kundenenthusiasmus und der Effekte
- \_ Erarbeiten von Ansprachestrategien und entsprechenden Bedarfsweckungsformulierungen (Anlaß, Nutzen, Akzeptanz)
- \_ Umgehen mit der SPAG - Technik
- \_ Verkaufsaktive Beratung, Argumentation, Einwandbehandlung
- \_ Abschlusstechniken, Empfehlung
- \_ Effektives Argumentieren von Lösungen mit der BID GRID Technik erarbeiten.
- \_ Übungen und Rollenspiele
- \_ Persönliche Zielsetzung

### 3) Training „ZIEL“

- \_ Überprüfen der Ergebnisse
- \_ Aufarbeiten offener Fragen
- \_ Erneuerte Zielsetzung

### *III.*

## *Wofür steht ARGO?*

---

ARGO Personalentwicklung GmbH steht für integrative Personal- und Organisationsentwicklung.

ARGO wurde 1996 gegründet und ist in Wien, München, Zagreb und Chicago mit insgesamt 22 ARGONauten vertreten, Partner in Tschechien, Slowakei und Rumänien unterstützen unsere Tätigkeit in internationalen Projekten.

Die Kernkompetenzen der ARGO Personalentwicklung GmbH liegen im Change und Leadership:

ARGO steuert den Change Prozesse von der Analyse bis zur Integration und Evaluation.

ARGO begleitet Manager durch Leadership Programme, die sie bereit für zukunftsorientierte Führungsleistung machen.

Das Methodenspektrum der ARGONauten umfasst Consulting, Training, Research und Coaching.

#### Unsere Mission:

Wir unterstützen Menschen und Organisationen, gemeinsam erfolgreich zu sein:

- Wir investieren nachhaltig Verantwortung.
- Dem Menschen und seiner Würde schaffen wir Raum.
- Gemeinsames Wachsen belebt unseren Erfolg.

## IV. Welche Erfahrungen und Referenzen hat ARGO?

---

1996 wurde die ARGO Personalentwicklung GmbH gegründet.

ARGO, das „schnelle Schiff“ des Iason aus der griechischen Mythologie, steht als Symbol für Schnelligkeit, Tatkraft und Zielorientierung.

Anliegen der vier geschäftsführenden Gesellschafter Dieter Bernold, Bernhard Gattermeyer, Barbara Thoma und Ronald Thoma war es von Anfang an, ein Unternehmen mit Bestand und Kontinuität aufzubauen. Dazu wurde eine Mannschaft an Bord der ARGO versammelt, um mit Energie und Erfahrung gemeinsam Herausforderungen zu meistern.

2014 sind 22 ARGONautinnen und ARGONauten in über 40, teils internationalen Projekten tätig.

Exemplarisch sind Organisationen angeführt, die wir als Referenz anführen möchten:

- BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG
- Baxter BioScience
- HYPO - Bank Burgenland AG
- Moeller GmbH
- Niedermeyer GmbH
- Österreichische Sparkassenakademie
- Prinzhorn Holding GmbH
- Rheinkalk GmbH
- Rosen Eiskrem GmbH
- Schenker & CO AG
- Sontheim Industrie Elektronik GmbH
- Steiermärkische Bank und Sparkassen AG
- T - Systems Slovakia s.r.o.
- UniCredit Bank Austria AG
- ZG Raiffeisen eg

Wir stellen gerne den Kontakt her!