

Industrievertrieb Selbsttest



Probleme aufdecken & Wettbewerbsfähigkeit stärken

Was ist aktuell der häufigste Grund für verzögerte oder verlorene Angebote?

Zutreffendes ankreuzen

- ☐ Der Kunde versteht den Mehrwert nicht und diskutiert nur über den Preis.
- ☐ Nicht-technische Entscheider (Einkauf, CFO, GF) sind nicht überzeugt.
- ☐ Der Kunde kann sich die Vorteile unserer Lösung nicht vorstellen.
- ☐ Wir hören nach der Angebotsabgabe oft wochenlang nichts mehr (Ghosting)
- ☐ Der Preis wird als "zu teuer" empfunden.

Mein "schwierig zu erklären"-Thema

Notieren Sie ein konkretes Thema oder Produktfeature, das Sie und Ihr Vertrieb leid sind im Kundengespräch zu erklären, weil der Kunde es nicht direkt begreift.

Welche Werkzeuge hat mein Vertrieb dafür aktuell im Koffer?

Zutreffendes ankreuzen

- | | |
|---|---|
| ☐ PowerPoint Präsentation | ☐ Fotos des Produkts |
| ☐ techn. Datenblatt (PDF/Papier) | ☐ CAD-Konstruktionsdaten |
| ☐ klassisches Text-Angebot | ☐ Erklärvideos |
| ☐ interaktiven Produktkonfigurator | ☐ Videos des Produkts |

Wie nutzen Sie bestehenden Konstruktionsdaten außerhalb der Entwicklungsabteilung?

Zutreffendes einkreisen

Gar nicht.
Daten bleiben nur
in der Konstruktion

Gelegentlich.
Für statische Bilder
oder 3D-Produktbilder

Regelmäßig.
Als interaktive Werkzeuge im
Verkaufsgespräch oder Website

Wie reagiert ein Nicht-Techniker im Einkaufsgremium (z.B. der CFO oder Geschäftsführer) wenn Ihr Vertrieb technische Spezifikationen präsentiert?

Zutreffendes ankreuzen

- ☐ Er versteht es sofort und ist begeistert.
- ☐ Er nickt zwar, stellt aber Fragen, die zeigen, dass er das Prinzip noch nicht vollständig durchdringt.
- ☐ Er verlagert das Thema auf den Preis, weil er die Technik nicht bewerten kann.

Industrievertrieb Selbsttest



Probleme aufdecken & Wettbewerbsfähigkeit stärken

Welches Potenzial schlummert derzeit noch im Verborgenen?

Ungenutzte Vertriebsvorteile aktivieren: ausgefallene Kundenbeispiele, Case Studies, CAD-Produktdaten,...

Ideen notieren

Was passiert aktuell nach einem Messeauftritt mit den gesammelten Kontakten?

Zutreffendes einkreisen

Wir verschicken
E-Mails mit Katalogen
und Datenblättern

Der Vertrieb ruft an, muss die
Lösung aber am Telefon
wieder komplett neu erklären

Wir schicken einen interaktiven Link
mit, bei dem der Kunde das Produkt
direkt im Browser entdecken kann.

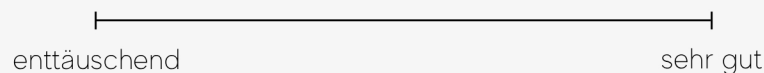
Wie präsentieren Sie große Produkte (z.B. tonnenschwer, Übergröße) oder noch nicht gebaute Prototypen auf einem Messeauftritt?

Zutreffendes ankreuzen

- ☐ Nicht in Echt. Wir zeigen nur kleinere Exponate oder Roll-Ups.
- ☐ Über Videos auf einem Fernseher oder einer LED-Leinwand.
- ☐ Mit digitalen Touchpoints wie interaktiven Konfiguratoren, Tablets oder Touch-Tischen

Wie hoch bewerten Sie Ihren aktuellen ROI auf Messen im Verhältnis zum Aufwand?

Markierung setzen



Wie informieren sich Ihre Wunschkunden heute, bevor sie den ersten Kontakt zu Ihrem Vertrieb suchen?

Zutreffendes ankreuzen

- ☐ Sie müssen uns anrufen, da online kaum tiefgreifendes Material zu finden ist.
- ☐ Sie besuchen die Produktseite und laden PDFs auf unserer Website herunter.
- ☐ Sie nutzen digitale, interaktive Einblicke auf unserer Website oder auf B2B-Plattformen.

Industrievertrieb Selbsttest



Probleme aufdecken & Wettbewerbsfähigkeit stärken

Können Ihre Kunden Ihre Maschinen bereits remote erleben, wenn eine Reise zum Stammwerk zeitlich oder finanziell nicht passt?

Zutreffendes ankreuzen

☐ Nein, der Kunde muss zwingend zu uns kommen oder auf Vor-Ort-Besuche warten.

☐ Ja, wir haben einen digitalen Raum / Web-Viewer, in dem wir gemeinsam durch die Anlage navigieren können.

Wie aufgeschlossen ist Ihr Vertriebsteam gegenüber neuen Verkaufsstrategien?

Beispiele: LinkedIn als Vertriebskanal, Online-Präsentationen, Tablets mit Vertriebsapp...

Markierung setzen

eher skeptisch sehr motiviert

Auswertung

Größter Nachholbedarf auf Website & digitalen Kanälen:

Ideen notieren

Welches Ziel hat im nächsten Jahr die höchste Priorität:

Zutreffendes ankreuzen

☐ Verlorene Angebote reduzieren
☐ Preiskampf stoppen
☐ Digitalen Auftritt modernisieren

☐ Einführung eines neuartigen Produkts
☐ Messeauftritte optimieren
☐ Neukundengewinnung vorantreiben

Fazit: Mein wichtigster Schritt für die nächsten 90 Tage:

Notieren: Was muss sich ändern und wie?

Lust auf einen Blick in die Praxis?

Statt langer Theorie zeige ich gerne live, wie andere Industriebetriebe genau diese Hürden gelöst haben: Vom interaktiven 3D-Tool für den Vertriebler bis zum virtuellen Showroom.

Bringen Sie Ihr „schwierig zu erklären“-Produkt einfach mit ins Gespräch. Und wie sehen uns an, wie aus sperriger Technik ein überzeugendes Verkaufserlebnis wird.

Jonas Plößner
Geschäftsführender Gesellschafter

→ persönlichen Termin anfragen

