

## VERKAUFSTILANALYSE

Identifizieren Sie vorhandene Verkaufspotenziale.

Unterschiedliche Situationen und Produkte erfordern unterschiedliche Verkaufsstile.

Die Verkaufsstilanalyse dient zur Bestimmung der strategischen Herangehensweise im Verkauf sowie zur Ableitung von individuellen Stärken und Schwächen. Differenziert wird dabei nach unterschiedlichen Verkaufstypen sowie Phasen eines Verkaufsgesprächs.

Verkaufsstilanalyse Frage 1

Wie reagieren Sie bei einer Reklamation von Seiten der KundInnen?

Mitunter warte ich etwas ab, denn häufig löst sich ein Problem von selbst.

Ich nehme sofort Kontakt mit den KundInnen auf, um die Größe des Schadens festzustellen und biete ihnen gleichzeitig eine Wiedergutmachung an.

Ich schicke Fachleute, die den Schaden - falls die Reklamation berechtigt ist - wieder beheben.

Ich nehme unverzüglich Kontakt mit den KundInnen auf, kläre den Sachverhalt und unterbreite Lösungsvorschläge.

HILL\_BEST FIT® Fortschritt 0 %

Itembeispiel Verkaufsstilanalyse

Die Situationsbeschreibungen wurden in Zusammenarbeit mit Verkaufsexpert/innen aus der Praxis adaptiert.

Vier verschiedene Verkaufstypen werden erhoben:

- > **Fachberater/in:** Fachberater/innen sind am Produkt orientiert. Im Vordergrund steht weniger die Neuakquisition von Kund/innen, sondern vielmehr die intensive Betreuung und Beratung eines bereits bestehenden Kund/innenstocks.
- > **Klassischer Verkäufer/in:** Für klassische Verkäufer/innen sind der Bezug zu Kund/innen wesentlich. Lösungsorientiert versuchen sie, den Kund/innen individuelle Angebote zu präsentieren. Beziehungsmanagement steht im Vordergrund.
- > **Druckverkäufer/in:** Druckverkäufer/innen sind umsatzorientiert. Angestrebt wird ein schneller Verkaufsabschluss, an einer Kund/innenbindung besteht nur wenig Interesse.
- > **Nicht-Verkäufer/in (Anti-Typ):** Jene Art von Verkäufer/in, der/die im Kundenkontakt vorwiegend Misserfolge hat und nicht mit für den Vertrieb adäquaten Mitteln und Strategien arbeitet bzw. zu passiv agiert.

## Validität

Die Validität der Verkaufsstilanalyse wurde mittlerweile anhand von zwei wissenschaftlichen Studien belegt.

- > In Kooperation mit einem österreichischen Versicherungsunternehmen hat sich HILL International (2006) einem „Blindversuch“ unterzogen. 3 Gruppen von Verkäufern mit unterschiedlichem Verkaufspotenzial (auf der Basis des Umsatzes bestimmt) sollten nur auf der Informationsgrundlage der Verkaufsstilanalyse und des Strukturierten Persönlichkeitsinventars sowie von HILL identifiziert werden. Die unterschiedlichen Verkaufsgruppen konnten dabei von HILL klar und eindeutig bzw. nur auf der Basis der beiden Fragebogenmodule definiert werden.
- > Susanna Wallis (1988) untersuchte in ihrer Diplomarbeit Zusammenhänge zwischen der damals neu entwickelten HILL Verkaufsstilanalyse und den Skalen des 16 PF (Persönlichkeitsfragebogen) von Cattell, des IST-70 (Intelligenz-Struktur-Test), d2 (Leistungsfähigkeit unter Zeitdruck) von Brickenkamp und des Berufsinteressens-Tests (Skala Kaufmännische Berufe). Aus den Analysen mit dem 16 PF ergab sich folgendes Ergebnis: Je couragierter, dynamischer und engagierter eine Person ist, umso besser ist sie auch als VerkäuferIn geeignet. In den unterschiedlichen Verkaufsphasen sind die einzelnen Aspekte aber unterschiedlich wichtig. Dies entspricht auch anderen Studien zum Verkaufsstil. Zwischen den Ergebnissen des IST-70, d2 und BIT konnten keine nennenswerten Zusammenhänge gefunden werden.

