

Systemische Analyse & C-Level Entscheidungsgrundlage:

Identifikation verdeckter Wahrnehmungslücken (Gaps) zwischen Management, Vertriebsleitung, Außendienst und Schnittstellen – für 0 % Umsetzungsverlust.

1. Sales Screening

25 Kriterien

Interne Exzellenz, Führungs- & Feedbackkultur, Motivation, Effizienz von CRM- & Prozesstools, Weiterbildungsbedarf & Provisionssystem.

2. Expectations & Future

10 Kriterien

Wertschätzung im Team, Transparenz bei Zielen und vertriebsrelevanten KPIs, Co-Creation-Projekte sowie Marketing-Synergien.

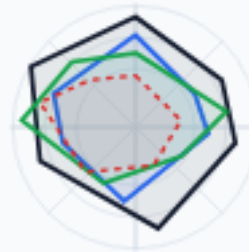
3. Customer & Competitor

11 Kriterien

Markt- & Wettbewerbsanalyse, Kenntnis zukünftiger Kundenbedürfnisse, Key-Account-Netzwerke & Differenzierungskraft.

ERGEBNIS-METHODIK: MULTIDIMENSIONALER RADAR-PLOT

- C-Level (Vorstand / GF)
- Teamleiter / Führung
- Key Account Manager
- Optionale Erweiterung (Einkauf, Marketing, Partner)

**Status quo & Wahrnehmungs-Diskrepanzen auf 46 Achsen****TYPISCHE GAP-IDENTIFIKATIONEN:**

- **CRM-Support:** Operative Lücken im Prozess
- **Admin-Aufwand:** 30%+ Zeitverlust im Vertrieb
- **Wettbewerb:** Schärfe der Differenzierung

Der Ablauf: In 3 Schritten zur klaren Roadmap**STUFE 1****Digitale Befragung**

Anonymisierte Online-Erhebung über 46 Fragen bei C-Level, Teamleitern, Außendienst und optionalen Schnittstellen (ca. 15 Min.).

STUFE 2**Systemische Analyse**

Konsolidierung der Rohdaten, Errechnung der Durchschnittswerte je Gruppe und Erstellung der multidimensionalen Radar-Plots.

STUFE 3**C-Level Workshop**

Ergebnispräsentation im Management-Board, datengestützte SWOT-Analyse und Festlegung von 6 priorisierten Handlungsfeldern.