

6 Strategien für präzise Absatz- und Umsatzprognosen

Wie Sie eine zuverlässige Vertriebs- und Umsatzprognose erstellen, auf die sich Ihre Stakeholder verlassen können.



INHALTSVERZEICHNIS

Prognosen souverän aufstellen.....	2
Wie man Prognosen „nicht“ aufstellt.....	3
Wie Sie zuverlässige Prognosen erstellen und verwalten.....	4
6 Grundsätze einer präzisen Umsatzprognose.....	5
Zusammenfassung.....	8

Prognosen souverän aufstellen

Für viele ist es wieder soweit ... Die Prognosen für das nächste Quartal müssen aufgestellt werden. Für ambitionierte Vertriebs- und Umsatzmanager ist das keine triviale Aufgabe.

„Sie haben ihre Ziele nicht erreicht? Hey, kein Problem, im nächsten Quartal schaffen Sie das“ – so hat noch nie ein CEO oder Vorstandsmitglied reagiert!

Für die Glaubwürdigkeit eines Vertriebsleiters ist die Erfüllung der aufgestellten Ziele das A und O. Aber für Vertriebsleiter, die ihre Quote regelmäßig erfüllen, ist diese Leistung kein leichtes Unterfangen. Denn am Ende des Quartals immer plus/minus 5 % zu erreichen, ist ein ziemlicher Kraftakt und besonders am Ende muss man nochmal ordentlich Gas geben.

Dabei muss der Prozess eigentlich gar nicht so mühsam sein. Wenn Sie den Daten in der Pipeline trauen können und sicher sind, dass sie sich mit qualifizierten Leads und Opportunities füllt, die Ihrem idealen Kundenprofil entsprechen, können Sie sich darauf verlassen, dass Sie Ihre Zielvorgaben erreichen werden.

Bevor wir Ihnen erläutern, was Sie für eine zuverlässige Prognose benötigen, lassen Sie uns kurz der Frage nachgehen, wie die meisten Vertriebs- und Umsatzmanager heute eine Prognose erstellen und verwalten.

WIE MAN PROGNOSEN „NICHT“ AUFSTELLT

Wenn Sie wie die meisten Führungskräfte im Vertrieb oder im Vertriebsinnendienst vorgehen, stehen Ihnen nur ein paar statische Berichte aus Ihrem CRM sowie eine Tabellenkalkulation zur Verfügung. Sie erfassen die Opportunities nach Vertriebsmitarbeitern und nach Phasen – und verbringen anschließend viel Zeit in Gesprächen mit Ihrem Vertriebsteam. Am Ende fragen Sie sie jeden Tag erneut nach dem aktuellen Stand.

Gespräche mit dem Vertriebsteam sind eine tolle Sache – vor allem, wenn es um die Strategie für Geschäftsabschlüsse geht. Tägliche Gespräche zwischen Manager und Vertriebsmitarbeitern über den aktuellen Stand der immer gleichen Deals aber sind eine riesige Zeitverschwendung. Am Ende haben Sie trotzdem keine wirkliche Transparenz hinsichtlich der Abschlüsse. Und es bleibt – neben anderen Prioritäten – sehr wenig Zeit für Verkauf, Coaching und die Entwicklung von Strategien.

Wenn Sie die Pipeline für das Team ausdrucken – zeigt sie das 3- bis 4-fache des Vertriebsziels an. Folgende Fragen sollten Sie sich stellen:

- Kann ich mich auf dieses 3- bis 4-fache Volumen in der Pipeline verlassen?
- Wie finde ich heraus, wie gut meine Pipeline wirklich ist?
- Kann ich mich auf meine gewichtete durchschnittliche Zahl verlassen?
- Gibt es einen einfacheren Weg, um Einblick in meine Deals zu bekommen?
- Wie muss ich meine Prognose gestalten, sodass ich mich darauf verlassen kann?

Zusätzliche Auswirkungen Ihres derzeitigen Vertriebsprognoseprozesses

Weil die derzeitige Prognoseerstellung sehr zeitaufwändig ist, bleibt Ihnen kaum noch Zeit für:

1. Coaching und Weiterbildung des Vertriebsteams
2. Tatsächliche Arbeit an der maximalen Konvertierung in jeder Phase
3. Einarbeitung neuer Vertriebsmitarbeiter
4. Analyse Ihrer Generierung von Leads

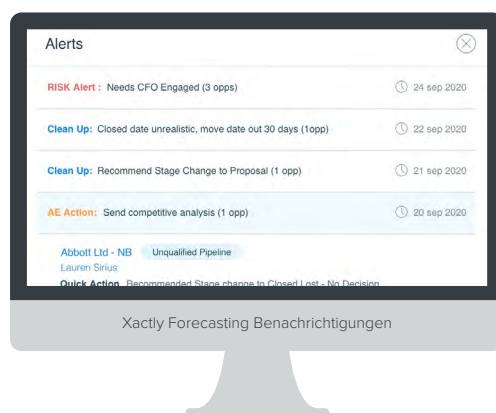
Und da Sie nicht genug Zeit für diese vier Aspekte haben, leiden Geschäftsabschlüsse und Quotenerfüllung.

WIE SIE ZUVERLÄSSIGE PROGNOSEN ERSTELLEN UND VERWALTEN

Automatisierung von Absatz- und Umsatzprognosen

Stellen Sie sich vor, Sie hätten einen fachkundigen Coach, der Ihren Vertriebsprozess genau kennt und Sie bei einem Deal zum nächsten logischen Schritt auffordert, wenn der Deal zwar noch aktiv ist, Sie ihn aber zu vernachlässigen beginnen. Oder wie wäre es, wenn alle Ihre Deals auf magische Weise die entsprechenden Phasen und Meilensteine erreichen und Ihnen eine präzise Prognose ermöglichen würden?

All dies sind Beispiele dafür, was eine Formalisierung Ihrer Vertriebs- und Umsatzprozesse durch Automatisierung bewirken kann. Automatisierung ist hilfreich, weil sie Ihnen viel Zeit spart, und gleichzeitig organisiert sie Prozesse mit Disziplin und Stringenz, ohne dass manuelle Eingriffe nötig sind. Durch die Automatisierung von Prozessen, Arbeitsabläufen und der Pipeline-Hygiene hat das gesamte Vertriebsteam viel mehr Zeit für den eigentlichen Verkauf und wertschöpfende Aufgaben. Diese Tätigkeiten sind normalerweise manuell, zeitaufwendig und fehleranfällig.



Der Einsatz künstlicher Intelligenz

Automatisierung allein ist jedoch nicht zielführend. Nur in Kombination mit ausgefeilten KI- und Machine-Learning-Technologien erschließt sie verborgene wertvolle Informationen und Einblicke, die für eine präzise Absatz- und Umsatzprognose entscheidend sind – und das in Echtzeit.

Zum Beispiel können Analysen Sie darauf aufmerksam machen, ob Sie genug Opportunities in der Pipeline haben, um die gesteckten Ziele in diesem oder im nächsten Quartal zu erreichen, und was Sie tun können, indem Sie z. B. den durchschnittlichen Verkaufspreis erhöhen oder Ihre Leadgenerierung bzw. Konversionsraten steigern.

Warum Business Intelligence (BI)-Tools für eine effektive Vertriebsprognose nicht ausreichen

Business-Intelligence-Tools sind großartig, sofern die Daten gut strukturiert und beherrschbar sind. Die Verwendung von BI für unstrukturierte Daten im CRM ist dagegen fast so problematisch wie die Verwendung von Tabellenkalkulationen. BI-Tools führen in der Vertriebsabteilung oft zu großartig aussehenden, statischen Diagrammen, die unzulängliche und ungenaue Daten aus dem CRM abbilden. Diesen Tools fehlt die Automatisierung einer speziell für die Vertriebsprognose entwickelten Anwendung, die künstliche Intelligenz, die für die Pipeline-Hygiene notwendig ist sowie zeitgestempelte Deal-Informationen in Echtzeit, um zeitnahe datengestützte Entscheidungen zu treffen und die Treffsicherheit der Vertriebs- und Umsatzprognosen zu erhöhen.

6 GRUNDSÄTZE EINER PRÄZISEN UMSATZPROGNOSE

Wie also nutzen Sie Automatisierung und KI für Ihre Vertriebs- und Umsatzprognosen?

Die folgenden 6 Strategien verbessern mithilfe von Automatisierung und KI Ihre Vertriebs- und Umsatzprognosen und bieten zusätzliche Vorteile, um Erfolgsquoten und Quotenerfüllung zu steigern.



LEGEN SIE REGELN FÜR DEN VERTRIEBSPROZESS FEST

Als Erstes muss eine erfolgreiche Vertriebsorganisation den Vertriebsprozess – der von allen Teammitgliedern zu befolgen ist – klar definieren und effektiv kommunizieren. Legen Sie Regeln fest, wann Sie Leads und Opportunities voranbringen oder zurückstufen und wann bzw. warum Sie diese als Verlust verbuchen. Sorgen Sie dafür, dass alle – von den Vertriebsleitern bis hin zu den Vertriebsmitarbeitern – die Prozessregeln kennen. Indem Sie sicherstellen, dass alle wissen, wann oder warum ein Deal verschoben werden sollte und wo er in der Pipeline hingehört, kann jede Vertriebsorganisation für Ordnung und Konsistenz sorgen.



SETZEN SIE DEN VERKAUFSPROZESS DURCH

Wenn Vertriebsmitarbeiter und Manager verstehen, wie ein Deal den Funnel durchläuft, können sie feststellen, wo Deals stecken bleiben und wie hoch die Konversionsraten sind. Dies sind wichtige Informationen, um ein unvoreingenommenes, datengestütztes Coaching bereitzustellen. Und es reicht nicht aus, nur einen Prozess zu haben, den haben viele Unternehmen. Aber sehr oft ist dieser nur informell in einem Slide Deck niedergeschrieben oder auf ein Blatt Papier gedruckt, das an die Bürowand gepinnt wurde und nur lose befolgt wird. Vielmehr ist wichtig, dass die Vertriebsmitarbeiter an den nächsten Schritt erinnert werden, der einem optimalen Vertriebsprozess folgt. Und jeder Schritt muss innerhalb eines vorgegebenen Zeitlimits durchgeführt werden, um positive Ergebnisse zu gewährleisten.

Die Automatisierung dieser Schritte und die Anwendung von KI und maschinellem Lernen, um die Vertriebsmitarbeiter durch jeden Deal zu führen, beseitigt das Rätselraten auf Seiten der Vertriebsmitarbeiter und erhöht die Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Abschlusses.



Wusstest du?

Ein formaler und strukturierter Prognoseprozess die Erfolgsquote um ~12,6 % erhöhen.



ERZWINGEN SIE PIPELINE-HYGIENE & FORMALISIEREN SIE DEN PROGNOSEPROZESS



Wenn Sie sicherstellen, dass die Informationen korrekt und auf dem neuesten Stand sind und Sie Deals entfernen, die nicht in die Pipeline gehören, verbessern Sie die Vertriebs- und Umsatzanalyse immens.

Neben einem effektiven Pipeline-Management ist auch die Formalisierung des Vertriebs- und Umsatzprognoseprozesses wichtig. Laut CSO Insights kann ein formaler und strukturierter Prognoseprozess die

Erfolgsquote um ~12,6 % erhöhen. Die Optimierung des Prognoseprozesses mithilfe einer speziell entwickelten KI-gestützten Prognosesoftware wiederum stellt die Befolgung der Vertriebsprozesse sicher, erhöht das rechtzeitige Handeln der Vertriebsleitung bei kritischen Deals, verringert intuitive Vorurteile und steigert die Leistung der Vertriebsmitarbeiter.



VEREINFACHEN SIE DIE AKTUALISIERUNG DES CRM

Vertriebsmitarbeiter müssen ihre Sichtweise zu einzelnen Deals darlegen. Es ist von entscheidender Bedeutung, nach einem Meeting oder Gespräch mit Prospects und Kunden sofort im CRM den Status des Deals zu aktualisieren. Manuelle CRM-Updates stellen dabei jedoch einen unnötigen zusätzlichen Aufwand für die Vertriebsmitarbeiter dar und halten sie von wichtigen Vertriebsaktivitäten ab. KI und Automatisierung hingegen können mit intelligenten Datenerfassungstechniken dazu beitragen, dass CRM-Updates mühelos umgesetzt werden und den Vertriebsmitarbeitern mehr Zeit für den eigentlichen Verkauf bleibt.



ERFASSEN SIE DIE „RICHTIGEN“ SIGNALE FÜR KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Künstliche Intelligenz kann großartige Erkenntnisse liefern, aber falsche oder fehlende Signale könnten vorgeschriebene Erkenntnisse für Entscheidungen verzerren. Eigentlich ist ein CRM eine hervorragende Quelle für Deal-Informationen – leider sind die enthaltenen Informationen jedoch nicht immer auf dem neuesten Stand.

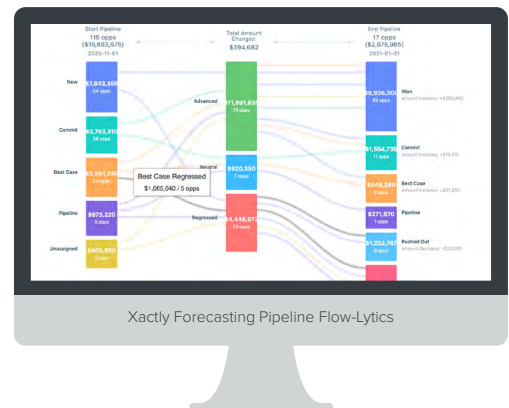
Laut Gartner glauben ~53 % der Vertriebsleiter, dass ihre Unternehmen nicht über die notwendigen hochwertigen Daten verfügen, um zeitnahe Entscheidungen zu treffen. Kritische Informationen zu Opportunities befinden sich oft auch außerhalb des CRMs. Qualitätssignale wie E-Mails von Prospects und Meetings aus den Kalendern der Vertriebsteams wären nützlich, um die Qualität von Opportunities zu bestimmen. Daher ist es entscheidend, diese Informationen mit Hilfe der KI sofort zu erkennen und zu erfassen, um aussagekräftige und zeitnahe Vertriebseinblicke für jeden Vertriebsleiter daraus abzuleiten.



ANALYSIEREN SIE BASIEREND AUF VERTRIEBSMITARBEITER UND ZEITVERLAUF, WIE DEALS DURCH DEN FUNNEL FLIEßEN

Sobald eine Vertriebsorganisation die oben genannten Strategien 1 bis 5 verinnerlicht hat, verfügen Manager und Vertriebsmitarbeiter über ausreichend viele zuverlässige Daten, mit denen sich echte Erkenntnisse gewinnen lassen.

Durch die konsequente Analyse der Leistung und die Anpassung des Coachings für jeden Vertriebsmitarbeiter anhand von Funnel- und -Aktivitätsdaten in Echtzeit können Vertriebsorganisationen das gesamte Team dazu bringen, ihre Vertriebsziele sogar zu übertreffen.



ZUSAMMENFASSUNG

Wenn Sie Automatisierung und KI auf diese Weise anwenden, können Sie Ihren Umsatzprognosen vertrauen und gleichzeitig Ihren Vertriebsteams helfen, die Vertriebsziele in jedem Quartal zu übertreffen. Sie werden sich nicht länger über die Qualität von Deals wundern, die die 3- oder 4-fache Abdeckung der Pipeline ausmachen. Gespräche, die Prospects oder die Sie selbst mit Vertriebsmitarbeitern führen, finden ihren Weg in das CRM, um bessere Analysen und Entscheidungen zu ermöglichen. Die Einarbeitungszeit der Vertriebsmitarbeiter wird verkürzt, was zu einer schnelleren Erreichung der Quote führt. Sie werden zudem mehr Zeit haben, um Ihr Team mithilfe datengestützter Analysen besser zu coachen. Und Sie können sich – Gott sei Dank – endlich von diesen umständlichen und fehleranfälligen Tabellenkalkulationen verabschieden!

Wenn Sie erkunden wollen, wie Ihr Unternehmen die Vorteile einer Vertriebsautomatisierung auf der Basis von künstlicher Intelligenz nutzen kann, um mit Xactly Forecasting einen konsistenten Vertriebsprozess und genauere Vertriebs- und Umsatzprognosen zu erzielen, fordern Sie noch heute eine Demo an.

Wenn Sie erkunden wollen, wie Ihr Unternehmen die Vorteile einer Vertriebsautomatisierung auf der Basis von künstlicher Intelligenz nutzen kann, um mit Xactly Forecasting einen konsistenten Vertriebsprozess und genauere Vertriebs- und Umsatzprognosen zu erzielen, fordern Sie noch heute eine Demo an.





ABOUT XACTLY

Xactly ist führend im Sales Performance Management (SPM) und unterstützt ambitionierte und komplexe Vertriebsorganisationen bei der Planung, Ausführung und Optimierung. Wir arbeiten mit weltweit führenden Unternehmen zusammen, um Vertriebshindernisse aus dem Weg zu räumen, damit sie sich mit optimalen Vertriebskapazitäten, Gebieten, Provisionsplänen und Vergütungsstrukturen an die Markterfordernisse anpassen können. Die skalierbare, Cloud-basierte Plattform von Xactly profitiert von der Leistungsfähigkeit der KI und kombiniert eine hervorragende Software mit dem umfassendsten Datensatz der Branche aus über 15 Jahren, um Kunden reale Einblicke zu verschaffen, damit die Vertriebsleistung mittels Umsatzsteigerung, Risikominderung und Kosteneindämmung in allen Bereichen verbessert wird.

xactlycorp.com/de 0800 901 2555

 Xactly Corp

 @Xactly EMEA

 Inkd.in/xactly

 XactlyCorporation

 Xactly

 XactlyCorp

Xactly Germany GmbH, Theodor-Stern-Kai 1, 60596 Frankfurt am Main

© 2005-2020 Xactly Corporation. All rights reserved. Xactly, the Xactly logo, Inspire Performance, Xactly AlignStar, and Incent Right are either registered trademarks or trademarks of Xactly Corporation in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.