

## SO FÜHREN SIE DELTA T-SELLING® ALS FÜHRUNGSMETHODIK EIN.

DELTA T-Selling® wird mit Hilfe eines als **TOP MANAGEMENT PROJEKTS** als Führungsmethodik eingeführt.

### Ein einziges Projektziel

- Höheres, gesundes, nachhaltiges Umsatzwachstum, - des ausgewählten Kanals, Produkts oder des Gesamtvertriebs.
- Ausgedrückt in einem numerischen Umsatzergebnis nach 12 Monaten Projektdauer.

### Ein Top Management Projekt

- Der für das Umsatzwachstum verantwortliche Top Manager übernimmt persönlich die Projektführung,
- Das Vertriebsmanagement übernimmt persönlich die Anwendung von DELTA T-Selling® im eigenen Verantwortungsbereich.

## SO UNTERSTÜTZEN DIE DELTA T-SELLING® BERATER BEI DER EINFÜHRUNG

- DELTA T-Selling® Berater sind in der Durchführung von DELTA T-Selling® Top Management Projekten geschult und zertifiziert.
- Sie stehen mit ihrem Wissen und ihrer Erfahrung dem Top Manager als Unterstützung bei der Projektführung zur Seite.



Delta Institute Switzerland ist ein Zentrum für Forschung und Entwicklung für die Praxis der systemischen Führung von Unternehmen. Mit einem internationalen Expertennetzwerk ist das Institut auf die operative Führung von Vertriebssystemen fokussiert. Delta Institute wurde 2002 von Dr. Dietrich Legat und Dr. William A. Woehr gegründet - Top Manager mit langjähriger Erfahrung im Vertriebsmanagement und der operativen Unternehmensführung.

Kontakt: Dr. Dietrich Legat - [legat@delta-institute.com](mailto:legat@delta-institute.com)  
Web: [www.delta-institute.com](http://www.delta-institute.com)

*Die meisten  
Vertriebsorganisationen  
arbeiten  
weit unter ihrer  
tatsächlichen Kapazität.*



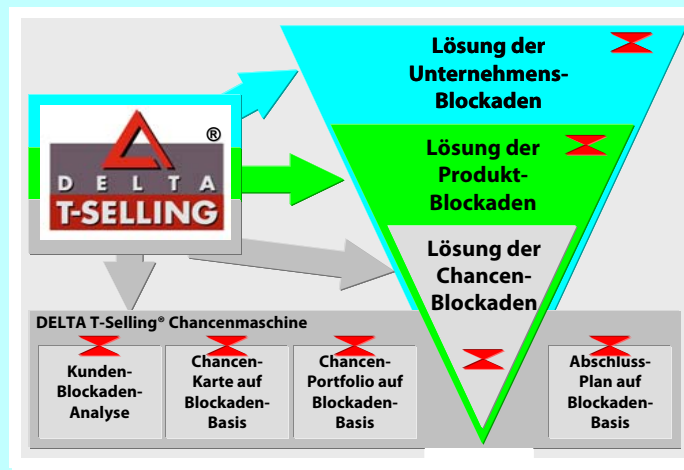
**Den Vertrieb  
mit  
Blockaden-  
Management  
zur  
Höchstleistung  
führen**

Für den Inhalt verantwortlich:  
Delta Institute Switzerland S.A.  
12, chemin de Pomone,  
CH 1228 Plan les Ouates, Schweiz



## WIE MUSS ICH ENTSCHEIDEN, UM MEINEN GESAMTEN VERTRIEB ZUR HÖCHSTLEISTUNG ZU FÜHREN?

- Welches strategische Umsatzziel soll ich festsetzen? – hoch genug, um uns gesundes Wachstum zu erlauben, und niedrig genug, um erreichbar zu sein?
- Welches sind meine kritischen Schlüsselentscheidungen, um unsere gesamte Vertriebsorganisation zu diesem Ziel zu führen?
- Nach welchen kritischen Schlüsselergebnissen soll ich die Leistung meiner Vertriebsmanager beurteilen?



## FÜHREN SIE IHRE GESAMTE VERTRIEBS-ORGANISATION MIT DELTA T-SELLING®

- Verstehen Sie Ihren Vertrieb als unternehmensweites System,
- Definieren Sie Ihr dafür Ihr strategisches Umsatzziel,
- Definieren Sie daraus die kritischen Erfolgsfaktoren für Ihr Vertriebssystem,
- Führen Sie Ihr Vertriebssystem mit einem „operativen Plan“, in dem die „kritischen Verpflichtungen“ jeder einzelnen Person festgelegt und vereinbart sind,

## WIE MUSS ICH ENTSCHEIDEN, UM MEINE SCHLÜSSELPRODUKTE ZUM MARKTERFOLG ZU FÜHREN?

- Welche Umsatzziele kann ich für unsere Schlüsselprodukte setzen/akzeptieren?
- Wie müssen dazu die Produkte definiert sein?
- Wie kann ich erkennen, was den Produkterfolg im Markt WIRKLICH behindert?
- Wie muss ich entscheiden, um diese Hindernisse WIRKLICH zu entfernen?

## DELTA T-SELLING® IST DIE ANTWORT

DELTA T-Selling® ist der Turbolader für Ihren Vertrieb. DELTA T-Selling® - die Management-Methodik, mit der Sie

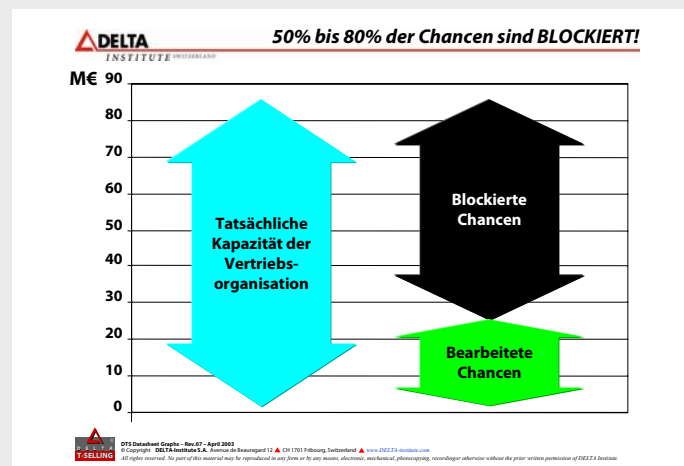
- Ihren Vertrieb als Unternehmens-System führen – nicht als Prozess oder EDV-Instrument,
- Dieses System zu gesundem, nachhaltigen Umsatzwachstum führen,
- Ihre wahre Führungsverantwortung wahrnehmen: die Lösung der Blockaden in Ihrem Vertriebssystem -
  - Für Ihr gesamtes Vertriebssystem,
  - Für Ihre Schlüsselprodukte,
  - Und für jede Chance.

## FÜHREN SIE IHREN PRODUKTVERTRIEB MIT DELTA T-SELLING®

- Verstehen Sie Ihren Produktvertrieb als ein umfassendes Unternehmenssystem,
- Setzen Sie chancen-orientierte Umsatzziele für Ihre Schlüsselprodukte,
- Definieren und positionieren Sie Ihre Schlüsselprodukte nach den Blockaden Ihrer Key Accounts,
- Führen Sie Ihr Management bei der Lösung der Blockaden, die Ihre Schlüsselprodukte am Erfolg hindern.

## WIE MUSS ICH ENTSCHEIDEN, UM MEINE VERTRIEBSKANÄLE (ZB: DEN KEY ACCOUNT VERTRIEB) ZUR HÖCHSTLEISTUNG ZU FÜHREN?

- Welche Kunden soll ich betreuen lassen – und welche nicht?
- Welches Umsatzziel soll ich meinen Kunden-Teams geben – ist es zu hoch oder zu niedrig?
- Welche Kostenbudgets soll ich zuteilen?
- Welches sind unsere MUSS Chancen, wie können wir sie gewinnen – und welche sollen wir nicht bearbeiten?



## FÜHREN SIE IHRE CHANCENMASCHINE MIT DELTA T-SELLING®

- Fokussieren Sie Ihren Vertrieb auf jene Key Accounts, die Sie bei der Lösung ihrer Blockaden unterstützen können,
- Setzen Sie Umsatzziele auf Basis der Chancen zur Kundenblockadenlösung,
- Erstellen Sie chancenfokussierte, dynamische Kostenbudgets,
- Führen Sie die Lösung der Chancenblockaden,
- Führen Sie blockaden-orientierte Abschlusspläne.