|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | | | |  |
| **Contact:** | *Tragen Sie hier Name und Funktion des Kunden/Interessenten ein.* | | |
| **Business Issue:** | *Beschreiben Sie hier das wichtige strategische Issue, das derjenige dieses Jahr als Beitrag zu den Unternehmenszielen meistern muss: Oft mehr als ein Ziel. Häufig mit Schwierigkeiten verbunden, daher wird Ihre Lösung benötigt. In der Regel das, woran die Person beim Beurteilungsgespräch gemessen wird.* | | | |
| **Anxiety Question:** | *Formulieren Sie eine kurze Anxiety Question, die emotionale Wirkung zeigt und dem Interessenten die negativen Konsequenzen vermittelt, wenn er Ihre Lösung nicht umsetzt. Nur einzusetzen, wenn nichts anderes funktioniert und ohne persönlich zu werden.* | | | |
|  |  |  |  | © 1993-2022 ValueSelling Associates Inc. All rights reserved. |
|  | **PROBLEM** | |  |  | **SOLUTION** | **open**  **probe**  **confirm** |
| *Führen Sie hier die Probleme an, die die Person davon abhalten, ihr Business Issue zu lösen (in ihren eigenen Worten). Bei welchen Sondierungsfragen hat er oder sie zugestimmt?* | |  | *Führen Sie hier die Lösungen/Ansätze auf, mit denen derjenige sein Issue bewältigen kann. Diese Lösungsansätze können von Ihnen oder einem Wettbewerber stammen. Achten Sie hier darauf, welche nur von Ihnen erbracht werden können.* |
| **open**  **probe**  **confirm** | | **open**  **probe**  **confirm** |  |
|  | **Value** | |  |  | **Power** |  |
| ***Business Value:*** *Beschreiben Sie hier den quantifizierbaren Wert Ihrer Lösung auf die Geschäftsziele des Kunden, also den geschäftlichen Mehrwert. Dieser ist in Zahlen messbar, die auch einen CFO überzeugen (Umsatzwachstum, Kostensenkung, Bestandsreduzierung usw.).*  ***Personal Value:*** *Notieren Sie hier den persönlichen Wert Ihrer Lösung für den Interessenten/Kunden: sieht das gut in ihrem Lebenslauf aus? Gelten sie dann als Held? Gibt es einen Bonus oder eine Beförderung?* | | *Listen Sie alle Stakeholder nach ihren Funktionen auf: als Nutzer, Einkäufer Technik/Budget, Champion/Saboteur. Der Einkäufer/Budget ist derjenige, der am Ende die Kaufentscheidung trifft. Fügen Sie den Entscheidungsprozess Ihres Interessenten hinzu.* |
| **open**  **probe**  **confirm** |
|  | **Plan** |  |
| *Nennen Sie hier Ihre Schritte/Aktionen, die für den Abschluss dieser Verkaufschance nötig sind. Dazu gehören auch Aktionen, die aus dem Interessenten erst einen Kunden machen. Fügen Sie Schritte hinzu, die nach Vertragsunterzeichnung erfolgen müssen bis zu dem Datum, an dem Kunde den Wert oder die Ergebnisse Ihrer Lösung sieht. Haben Sie ihm das alles schriftlich mitgeteilt und hat er seine Verantwortung für bestimmte Prozessschritte akzeptiert?* |
| **open**  **probe**  **confirm** | | **open**  **probe**  **confirm** |