



Aktiv Verkaufen mit MPF

Warum ist Aktiv Verkaufen für uns so wichtig?

An den Aral Tankstellen arbeiten heute schon erfolgreiche Aktive Verkäufer. Das haben Sie beim Aral Cup 2005 schon bewiesen. Auch mit neuen Verkaufsaktionen haben Sie schon positive Erfahrungen gemacht. Ein neues Instrument mit Namen Marketing Performance Framework hilft Ihnen jetzt, die Chancen noch konsequenter zu nutzen. Das Aktive Verkaufen ist das Mittel dazu, die Umsätze weiter zu steigern:

- Die meisten Kunden empfinden **Aktives Verkaufen als guten Service** und kommen lieber zu Ihnen an die Tankstelle als zum Wettbewerb.
- Aktives Verkaufen **bringt Erfolgserlebnisse**, macht den Job spannender und bringt mehr Spaß an der Arbeit.
- Als Aktive Verkäufer haben Sie **Einfluss auf den Erfolg** Ihrer Tankstelle.



Marketing Performance Framework (MPF) als Basis für Aktiv Verkaufen

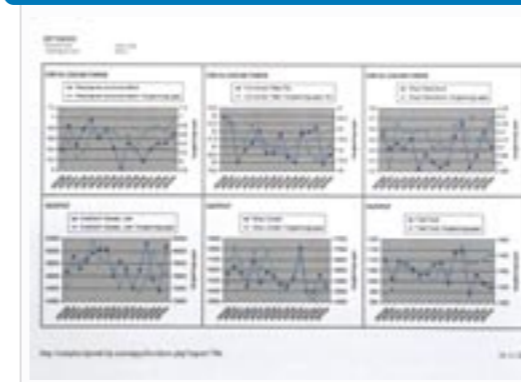
Marketing Performance Framework (MPF) hat sich an den Berliner Tankstellen hervorragend bewährt. Und wird darum jetzt bundesweit eingesetzt. Es funktioniert so:

- MPF liefert unserer Tankstelle über ROSI^{plus} konkrete, **wöchentliche Umsatzberichte**. Die Daten werden vertraulich behandelt: Jeder Partner sieht nur die Berichte seiner eigenen Tankstelle.
- Aus den Berichten entwickeln wir regelmäßige **Verkaufsaktionen**.
- Darüber tauschen sich Tankstellenbezirksleiter (TBL) und Tankstellenpartner (TSP) wöchentlich in **Telefonkonferenzen** aus. Das heißt für Sie: freitags zwischen 9 und 10 Uhr ist der Chef im Gespräch mit seinem Kollegen aus dem Bezirk.
- Die entsprechenden Informationen über die neue Verkaufsaktion gibt's für Sie im MPF Aktionsplan am **MPF Steuerboard**.
- Außerdem enthält das MPF Steuerboard die **MPF Trends** als Grafik oder Tabelle mit den aktuellen Kennzahlen der Vorwoche - und damit eine Erfolgsmessung.
- Auf dem Steuerboard finden Sie unter „News“ Mitteilungen vom Tankstellenpartner für das Team.
- Das **Steuerboard** hängt an zentraler Stelle, zum Beispiel an der Bürotür, und wird **wöchentlich aktualisiert**.

MPF: Die Trendgrafiken

- Die wöchentlichen **MPF Berichte machen die Erfolge** der Verkaufsaktionen sofort **messbar**, weil sie Ihre Tankstelle mit einer Gruppe vergleichbarer Tankstellen in Relation setzt.
- Die **Berichtszahlen** sind als MPF Trends **grafisch oder tabellarisch dargestellt** und verschaffen Ihnen so einen schnellen und unkomplizierten Überblick.
- Bitte beachten Sie: die **Skala an der linken Seite** der Grafik **zeigt die Zahlen Ihrer Tankstelle**, die Skala an der rechten Seite zeigt die Entwicklung der Vergleichsgruppe.

MPF Trends



MPF: Der Aktionsplan

- Der **MPF Aktionsplan beschreibt die aktuellen Verkaufsaktionen** mit ihren Zielen.
- Und damit auch Ihre **konkreten Aufgaben** als Aktiver Verkäufer: „Wie viel Stück des aktuellen Angebots muss ich in meiner Schicht verkaufen?“.

- Die **Aktionen folgen** immer den **SMART-Regeln**, weil sie

- S-pezifisch („Kaffee & Croissant“)
- M-essbar (Fast-Food-Umsatz steigern)
- A-kzeptiert (mit TBL abgestimmt und im Team besprochen)
- R-ealistisch (mit erreichbaren Zielen)
- T-erminiert sind (gelten z.B. für eine Woche).

- Der MPF Aktionsplan gibt auch einen **Rückblick** auf die vergangene Aktion.

MPF Aktionsplan

Aktiv Verkaufen

Tipps & Tricks für den Tankstellenalltag

Aral Aktiengesellschaft

Training



Aral Aktiengesellschaft
Training
RTG-GR, TDC-P
Wittener Straße 42
44789 Bochum

Fon: 0234 315-5821
Fax: 0234 315-645821
www.aral.de

Stand: Februar 2006

MPF: Die News-Rubrik

→ Darin informiert Sie der Tankstellenpartner über Aktuelles und Wichtiges für den Tankstellenalltag, über Termine oder auch einmal über „Zwischenmenschliches“.

News



MPF: Erfolg ist messbar!

- Damit für Sie und den Tankstellenpartner der Erfolg auch sichtbar wird:
- Notieren Sie nach dem Ende des Verkaufsgesprächs, welches Angebot Sie erfolgreich verkauft haben. Indem Sie zum Beispiel eine Strichliste anlegen
- Scheuen Sie sich nicht, dem Partner Ihre Ideen für Verkaufsaktionen vorzuschlagen. Nur Mut!
- Nur so können Sie Ihren Erfolg als Verkäufer für sich messen und dem Partner helfen, neue Aktionen zu planen.



Drei Fragen, drei Antworten

- 1. Was macht einen Aktiven Verkäufer aus?**
 - Er macht jedem Kunden ein angemessenes Zusatzangebot.
 - **Beispiel:** „Darf es noch ein Croissant zum Kaffee sein?“
 - **Aber:** Der Aktive Verkäufer ist nicht dafür verantwortlich, wenn der Kunde das Angebot ablehnt.
- 2. Woran erkenne ich ein angemessenes Angebot?**
 - Der Kunde hat davon immer einen Nutzen.
 - **Beispiel:** „Darf ich Ihnen noch unsere Wasch- & Sparkarte anbieten? Wenn Sie 10 Mal gewaschen haben, bekommen Sie eine Wäsche umsonst – gerne auch unsere beste!“
 - Ist das Angebot aber schlecht, hat auch der gute Verkäufer keine Chance.
- 3. Woran erkenne ich einen ansprechbaren Kunden?**
 - Jeder Kunde, der den Shop betritt, ist ansprechbar. Weil er ein potenzieller Käufer ist. Wussten Sie, dass 60 Prozent der Kunden beim Eintritt in den Shop noch nicht wissen, dass sie etwas kaufen werden? Den Kaufanreiz gibt ihnen ein guter Regalspiegel und die Impulsware auf dem Weg zur Kasse.
 - **Aber:** Der größte Kaufimpuls für den Kunden kommt durch den Mitarbeiter, der ihm das für ihn passende Zusatzangebote aktiv verkauft.

Auf dem Weg nach oben: die 5 Stufen zum Aktiven Verkäufer

Jeder Mitarbeiter entwickelt sich individuell auf dem Weg zum Aktiven Verkäufer. Nach seinen persönlichen Fähigkeiten und Talenten. Sie wollen wissen, wo Sie heute stehen – und morgen schon sein können? Die 5-Sterne-Modell gibt die Antwort.

- * jede Kunden freundlich grüßen und verabschieden. Wünsche schnell und freundlich erfüllen
- ** jedem Kunden das Kundenbindungs-Programm anbieten und kompetent abwickeln
- *** jedem Kunden das Angebot aus dem MPF-Aktionsplan anbieten
- **** dem Kunden zu einem Kauf ein passendes Zusatzangebot machen. Oder einem Kunden ein höherpreisiges Zusatzangebot unterbreiten
- ***** dem Kunden neben der aktuellen Verkaufsaktion außerdem noch ein individuelles Zusatzangebot machen



Aktive Kundenansprache – die wichtigsten Tipps

- **Kunden in den Mittelpunkt stellen:** andere Tätigkeiten für ihn unterbrechen
- **Jedem Kunden ein Zusatzangebot machen:** nur so sind Sie auf dem Weg zum 5-Sterne-Verkäufer
- **Kunden nicht unter Druck setzen:** lehnt er ein Angebot ab, nicht noch mal fragen oder drängen
- **Nicht entmutigen lassen:** auch wenn nicht jeder Kunde etwas kauft. Denken Sie lieber an Ihre Erfolgserlebnisse
- **Üben, üben und nochmals üben:** Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Eine bekannte Lernregel besagt, dass man Dinge 5 Mal machen muss, um sie zu verinnerlichen
- **Und zum Schluss die Basis nicht vergessen:** freundlich sein und Kompetenz ausstrahlen. Das heißt: Produkte, Preise und Angebote genau kennen

Positiv denken – und immer schön locker bleiben

- Sie haben als Aktiver Verkäufer Erfolg, aber dennoch hin und wieder Hemmungen Kunden anzusprechen. Denn einige Kunden sagen „Nein“ zu Ihren Angeboten. Damit der Frust nicht zu groß wird, gibt's jede Menge Tipps & Tricks:
- Das „Nein“ eines Kunden ist keine persönliche Niederlage! Sondern ein Erfolg, weil dem ja eine Aktive Kundenansprache vorausgegangen ist.
 - Sind Sie neu im Team? Dann können Sie noch nicht dieselben Leistungen bringen, wie Ihre langgediente Kollegin.
 - Tauschen Sie sich im Team darüber aus, wer mit welcher Kundenansprache erfolgreich ist – und lernen Sie daraus.
 - An konkreten Verkaufsaktionen erfahren Sie, dass jeder Mitarbeiter Erfolg haben kann. Wenn das Angebot stimmt und der Verkäufer es jedem Kunden anbietet.
 - Auch Kunden müssen lernen, angesprochen zu werden. Die meisten sind daran gewöhnt, dass man sie anderswo nur abkassiert.
 - Feedback-Gespräche mit dem Tankstellenpartner und im Team helfen, lockerer zu werden und Hemmungen abzulegen.