

Modul Sales pro

Unterstützung des Vertriebs





CAS Software AG

CAS-Weg 1 – 5

76131 Karlsruhe

0721 9638 - 0

info@cas.de

www.cas-mittelstand.de

Copyright

Die hier enthaltenen Angaben und Daten können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die in den Beispielen verwendeten Namen und Daten sind frei erfunden, soweit nichts anderes angegeben ist. Ohne ausdrückliche schriftliche Erlaubnis der CAS Software AG darf kein Teil dieser Unterlagen für irgendwelche Zwecke vervielfältigt oder übertragen werden, unabhängig davon, auf welche Art und Weise oder mit welchen Mitteln, elektronisch oder mechanisch, dies geschieht.

© 2008 - 2018 CAS Software AG. Alle Rechte vorbehalten.

CAS-Weg 1 - 5, 76131 Karlsruhe, www.cas.de

Sämtliche erwähnten Kennzeichen stehen ausschließlich den jeweiligen Inhabern zu.

Einschränkung der Gewährleistung

Für die Richtigkeit des Inhalts wird keine Garantie übernommen. Für Hinweise auf Fehler sind wir jederzeit dankbar.

Stand: Mai 2018

Inhalt

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Sales pro | 5 |
| 2 | Mit Kontaktberichten arbeiten | 7 |
| 2.1 | Kontaktbericht erfassen und qualifizieren..... | 7 |
| 2.2 | Einen neuen Datensatz aus dem Kontaktbericht erzeugen..... | 9 |
| 2.2.1 | Spezielle Möglichkeiten bei Verkaufschancen..... | 10 |
| 3 | Verkaufschancen im Modul Sales pro | 11 |
| 3.1 | Funktionen im Register Allgemein..... | 13 |
| 3.2 | Funktionen im Register Ansprechpartner..... | 14 |
| 3.2.1 | Teilwahrscheinlichkeit für Ansprechpartner..... | 15 |
| 3.3 | Funktionen im Register Mitbewerber..... | 16 |
| 3.3.1 | Teilwahrscheinlichkeit für Mitbewerber..... | 17 |
| 4 | Vertriebsmethodik | 17 |
| 4.1 | Kriterienkatalog..... | 18 |
| 4.2 | Berechnung der Wahrscheinlichkeit..... | 19 |
| 5 | Vertriebsprozess | 19 |
| 6 | Verkaufschancen auswerten | 21 |
| 6.1 | Einstellungen beim Anlegen der Ansicht..... | 21 |
| 6.1.1 | Ansicht: Vorgaben für Filterbedingungen..... | 22 |
| 6.1.2 | Einstellungen für das Diagramm..... | 24 |
| 6.2 | Die Ansicht Auswertung über Verkaufschancen..... | 24 |
| 6.3 | Preis- und Rabattlisten einsetzen..... | 27 |
| 7 | Einstellungen für Sales pro | 27 |
| 7.1 | Kriterienkataloge..... | 27 |
| 7.1.1 | Teilwahrscheinlichkeit für Kriterienkataloge..... | 30 |
| 7.2 | Vertriebsprozesse..... | 30 |
| 7.2.1 | Teilwahrscheinlichkeit für Vertriebsprozesse..... | 32 |
| 7.3 | Wahrscheinlichkeitsberechnung..... | 32 |
| 7.4 | Feldzuordnung..... | 33 |
| 7.5 | Vertrieb..... | 34 |
| 7.6 | Weitere Einstellungen..... | 37 |
| 7.7 | Preislisten..... | 37 |
| 7.8 | Rabattlisten..... | 39 |
| 8 | Einstellungen in der Management Konsole | 41 |
| 8.1 | Lizenzen für Sales pro..... | 42 |

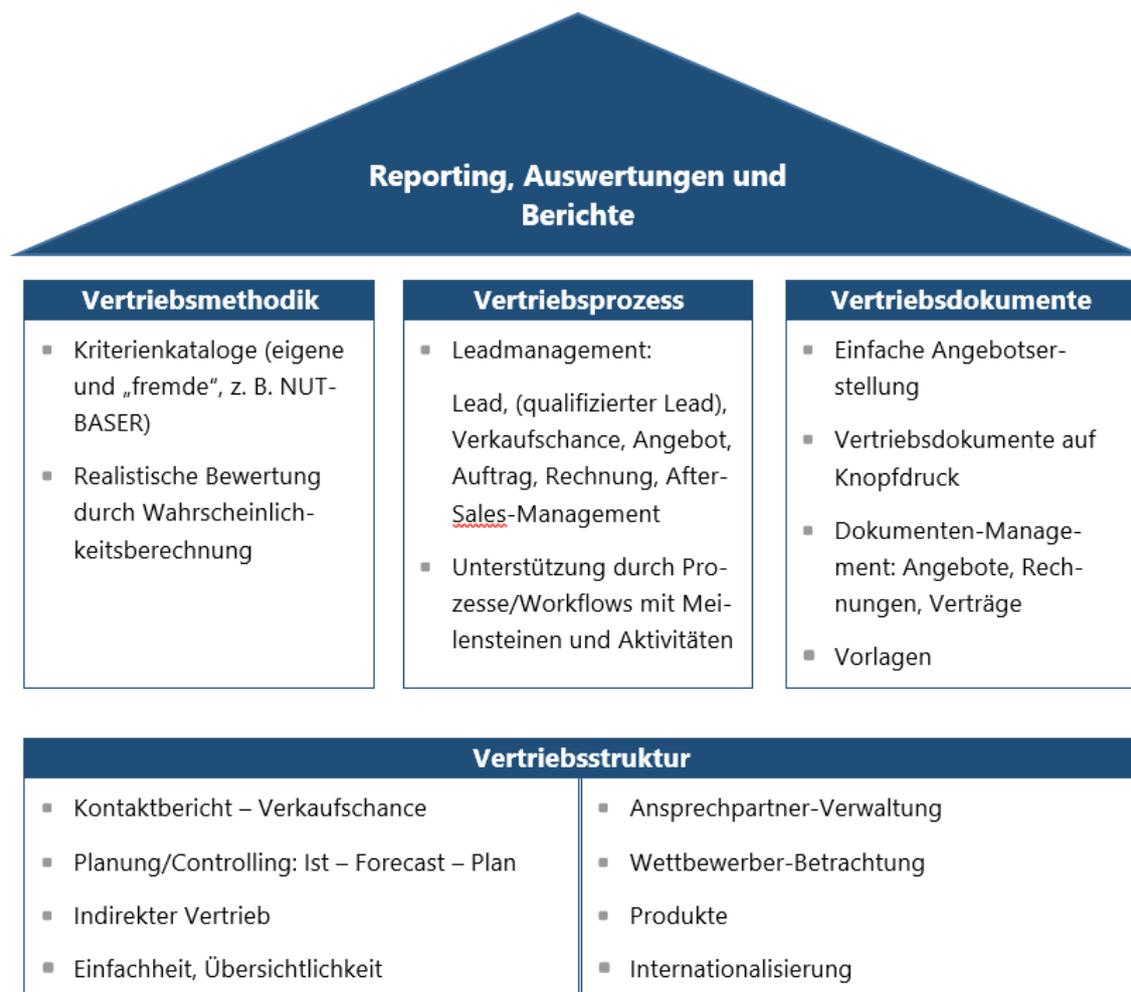
| | |
|-------------------------------------|-----------|
| 8.1.1 Sales pro: Administrator..... | 42 |
| 8.2 Verknüpfungsarten ändern..... | 43 |
| 8.3 Währungseinstellungen | 44 |
| 9 Besonderheiten bei Modulen | 44 |
| 9.1 Easy Invoice..... | 44 |
| 9.2 Exchange sync..... | 44 |
| 9.3 Geomarketing | 44 |
| 9.4 Replikation..... | 45 |
| 9.5 Report..... | 45 |

1 Sales pro

Mit dem Modul Sales pro verbessern Sie Ihren Vertriebsprozess, indem Sie ausgereifte Vertriebsmethodiken verwenden. Mit planungssicheren Forecasts und umfangreichen Controlling-Funktionen erreichen Sie Ihre Umsatzziele leichter und erledigen Routinetätigkeiten wesentlich schneller. Sales pro hilft Ihnen dabei, den Verkauf in den Fokus zu setzen.

Alle Funktionen des Moduls Sales pro sind in den Standardsprachen verfügbar.

Die folgende Abbildung zeigt einen Überblick, wie Sie CAS genesisWorld mit dem Modul Sales pro unterstützt.



Die Abbildung Ihrer Vertriebsstruktur und -prozesse unterstützt CAS genesisWorld mit dem Modul Sales pro durch verschiedene Möglichkeiten.

Lead: Kontaktaufnahme von Interessenten

Mit Sales pro wird CAS genesisWorld um den neuen Datensatz-Typ **Kontaktbericht** für Leads erweitert.

Als **Lead** wird im Vertriebsprozess die Kontaktaufnahme eines Interessenten oder möglichen Kunden mit einem Unternehmen bezeichnet. Eine solche Kontaktaufnahme erfolgt beispielsweise auf Internetseiten eines Unternehmens, auf Messen oder sonstigen Veranstaltungen.

Bei der Kontaktaufnahme werden üblicherweise bestimmte Daten des Interessenten erfasst, etwa mithilfe eines Formulars auf der Internetseite, einer Visitenkarte auf einer Messe oder einem Kontakt- bzw. Leadbogen.

Im Modul Sales pro werden diese Daten mit einem so genannten **Kontaktbericht** gespeichert. Im Kontaktbericht können bestimmte Daten eingetragen werden, z. B. wie die bevorzugte oder häufigste Kontaktaufnahme von Interessenten bei Ihnen stattfindet.

Die verfügbaren Daten eines Interessenten sind dann als Kontaktbericht bereits in CAS genesisWorld erfasst. Bevor ein Interessent als gültige Adresse übernommen und vielleicht auch eine Verkaufschance angelegt wird, werden die Daten üblicherweise qualifiziert und ggf. ergänzt.

Kontaktberichte und Verkaufschancen

Kontaktberichte können für den weiteren Prozess einfach und flexibel in andere Datensätze überführt werden, z. B. in eine Aufgabe oder Verkaufschance.

Bei Verkaufschancen können unterschiedliche Ansprechpartner, Mitbewerber und Verkäufer berücksichtigt werden.

Vertriebsmethodik

Das methodische Vorgehen im Vertrieb wird durch die Abbildung von Kriterienkatalogen unterstützt. Kriterienkataloge können selbst entwickelt oder aus Vorgaben übernommen werden.

Die Bewertung von Abschlüssen wird durch eine automatische Berechnung der Abschlusswahrscheinlichkeit erleichtert.

Vertriebsprozess und Vertriebsdokumente

Die Kontaktaufnahme von Interessenten (Leadmanagement) wird in allen Phasen von Erfassung, Qualifizierung, Übergang zur Verkaufschance bis zum After-Sales-Management durchgängig unterstützt.

Die dafür notwendigen Prozesse lassen sich mithilfe von Aktivitäten abbilden und mit Meilensteinen gliedern. Dafür werden Vertriebsprozesse angelegt.

Zu den Möglichkeiten von Vertriebsprozessen gehört ebenfalls das einfache Erstellen und Verwalten der entsprechenden Dokumente wie Informationen, Angebote, Verträge, Rechnungen usw. sowie das Arbeiten mit Vorlagen.

Auswertung

Das Modul Sales pro bietet Auswertungen und Berichte, die in einer neuen Ansicht komfortabel nach unterschiedlichsten Kriterien erstellt werden können.

2 Mit Kontaktberichten arbeiten

Am Anfang des Vertriebsprozesses steht ein Kontakt: Jemand interessiert sich für Ihre Produkte oder Dienstleistungen und zumindest der Name dieses Interessenten wird erfasst.

Diese Kontaktaufnahme wird mit dem Datensatz-Typ **Kontaktbericht** erfasst. Das Prüfen und Erfassen der zugehörigen Adresse und der zuständigen Mitarbeiter wird dabei unterstützt.

Aus dem Kontaktbericht lässt sich dann ein neuer Datensatz erzeugen, z. B. eine Verkaufschance. Bestimmte Inhalte des Kontaktberichts werden automatisch in den neuen Datensatz übernommen.

Arbeitet Ihr Unternehmen eher projektorientiert, kann aus einem Kontaktbericht auch ein Projekt erzeugt werden.

Nach einer Messe, einem Anruf, einer Ausstellung usw. werden die Informationen von Visitenkarten oder Kurzfragebögen in CAS genesisWorld als Kontaktberichte erfasst. Der Kontaktbericht durchläuft prinzipiell 3 Stufen.

- Die Adresse und weitere verfügbare Informationen werden erfasst.
- Die Adresse wird qualifiziert.
- Aus dem Kontaktbericht wird eine Verkaufschance oder ein anderer Datensatz erzeugt.

Das Feld **Status** wird automatisch ausgefüllt. In diesem Feld wird angezeigt, welche Stufen bereits durchgeführt wurden: Ein neu angelegter Kontaktbericht ist **neu**, die Adressinformationen wurden **erfasst**, die Adresse ist bereits **qualifiziert** oder der Datensatz wurde **konvertiert**.

Der Datensatz-Typ **Kontaktbericht** lässt sich mit weiteren Feldern nach Ihren Anforderungen erweitern. Eingabehilfen für vorhandene und neue Felder sind ebenfalls möglich, z. B. für **Quelle**, **Produkt** und **Volumen**. Fragen Sie ggf. Ihren Administrator.

2.1 Kontaktbericht erfassen und qualifizieren

Der Datensatz-Typ **Kontaktbericht** ermöglicht eine einfache und schnelle Erfassung der wichtigsten Daten einer initialen Kontaktaufnahme mit dem Kunden.

- ✓ Verfügbare Informationen über die Adresse tragen Sie im Feld **Adressinformationen** ein.
- ✓ Im Feld **Aktion** halten Sie noch auszuführende Aktionen fest, z. B. die Aktion Termin vereinbaren.
- 📄 Mit **Bericht** erstellen Sie aus speziellen Berichtsvorlagen Auswertungen für Kontaktberichte.

Adresse qualifizieren

Im Prinzip haben Sie zwei Möglichkeiten eine Adresse zu qualifizieren, d. h., mit einer Adresse zu verknüpfen.

- 📄 Die Schaltfläche **Kunde wählen/anzeigen** verwenden Sie, wenn Sie wissen, mit welcher vorhandenen Adresse der Kontaktbericht verknüpft werden soll.
- 🗑️ Mit **Kundenauswahl zurücksetzen** entfernen Sie die Verknüpfung zu einer vorhandenen Adresse.

- ✓ Die Schaltfläche **Qualifizieren** verwenden Sie, um mit dem Text im Feld **Adressinformationen** eine neue Adresse anzulegen und mit dem Kontaktbericht zu verknüpfen.

Nach dem Anklicken der Schaltfläche **Qualifizieren** öffnet sich eine Abfrage. Wählen Sie, ob ein Einzelkontakt, eine Firma oder ein Ansprechpartner angelegt und verknüpft werden soll.

Hinweise

Die automatische Übernahme der **Adressinformationen** in eine neue Adresse ist nur möglich, wenn der Benutzer den Adress-Assistenten verwenden darf. Das entsprechende Recht wird vom Administrator vergeben. Fragen Sie ggf. Ihren Administrator. Ist das entsprechende Recht nicht vergeben, öffnet sich der Datensatz einer Adresse und die Informationen müssen manuell erfasst werden.

Die automatische Übernahme der **Adressinformationen** in eine neue Adresse ist nur möglich, wenn eine Internetverbindung besteht. Für diese Qualifizierung wird ein Web-Service der CAS Software AG verwendet. Besteht keine Internetverbindung, können Sie eine neue Adresse manuell anlegen.

Möglicherweise kann ein Kontaktbericht erst gespeichert werden, wenn eine Adresse mit dem Kontaktbericht verknüpft ist. Dies wird durch einen Benutzer mit entsprechenden Rechten in den Einstellungen für Kontaktberichte festgelegt, siehe Kapitel "Weitere Einstellungen" auf Seite 37.

Wird aus einer Adresse ein neuer Kontaktbericht erzeugt, dann wird diese Adresse automatisch mit der Verknüpfungsart **Kunde** mit dem Kontaktbericht verknüpft. Anschließend ist der Kontaktbericht qualifiziert.

2.2 Einen neuen Datensatz aus dem Kontaktbericht erzeugen

Wurde eine Adresse in einem Kontaktbericht qualifiziert, kann im weiteren Verlauf des Vertriebsprozesses aus dem Kontaktbericht ein neuer Datensatz erzeugt werden.

Die automatische Übernahme der **Adressinformationen** in einen neuen Datensatz ist nur möglich, wenn der Benutzer den Adress-Assistenten verwenden darf. Die erforderlichen Rechte erhalten Sie vom Administrator. Fragen Sie ggf. Ihren Administrator.

- ✓ Öffnen Sie einen **Kontaktbericht**.
- ✓ Klicken Sie auf die Schaltfläche **Erzeugen**.

Das Fenster **Neuen Datensatz erzeugen** öffnet sich.

- ✓ Wählen Sie in der Dropdown-Liste den gewünschten Datensatz-Typ.

Damit legen Sie fest, welchen neuen Datensatz Sie erzeugen. Welche Datensatz-Typen Sie hier zur Auswahl haben, wird in den Einstellungen für Kontaktberichte festgelegt, siehe Kapitel "Feldzuordnung" auf Seite 33.

Anschließend werden folgende Schritte automatisch durch das Modul Sales pro durchgeführt.

- Ein neuer Datensatz wird angelegt, z. B. eine Verkaufschance. Bestimmte Feldwerte aus dem Kontaktbericht werden in Felder des neuen Datensatzes eingetragen.

Welche Felder in den neuen Datensatz übernommen werden, wird ebenfalls in den Einstellungen für Kontaktberichte festgelegt, siehe Kapitel "Feldzuordnung" auf Seite 33.

Nicht zugeordnete Felder werden automatisch in die Notizen des neuen Datensatzes eingetragen.

- Der neue Datensatz wird mit einer allgemeinen Verknüpfung mit dem Kontaktbericht verknüpft.
- Die Verknüpfung des Kontaktberichts zur Adresse wird für den neuen Datensatz übernommen.

Anschließend sind sowohl der Kontaktbericht als auch der neue Datensatz mit der Adresse verknüpft.

2.2.1 Spezielle Möglichkeiten bei Verkaufschancen

Wenn Sie als neuen Datensatz eine Verkaufschance aus dem Kontaktbericht erzeugen, lässt sich die neue Verkaufschance auf Dubletten prüfen. Für die Verknüpfung zum Kunden gelten dabei besondere Regeln.

Der Kontaktbericht ist mit einer Adresse verknüpft. Beim Erzeugen der Verkaufschance wird geprüft, ob bereits Verkaufschancen für diese Adresse vorhanden sind.

Ist die verknüpfte Adresse eine Firma oder ein Ansprechpartner, werden alle Verkaufschancen dieser Firma und alle Verkaufschancen der Ansprechpartner einer Firma geprüft.

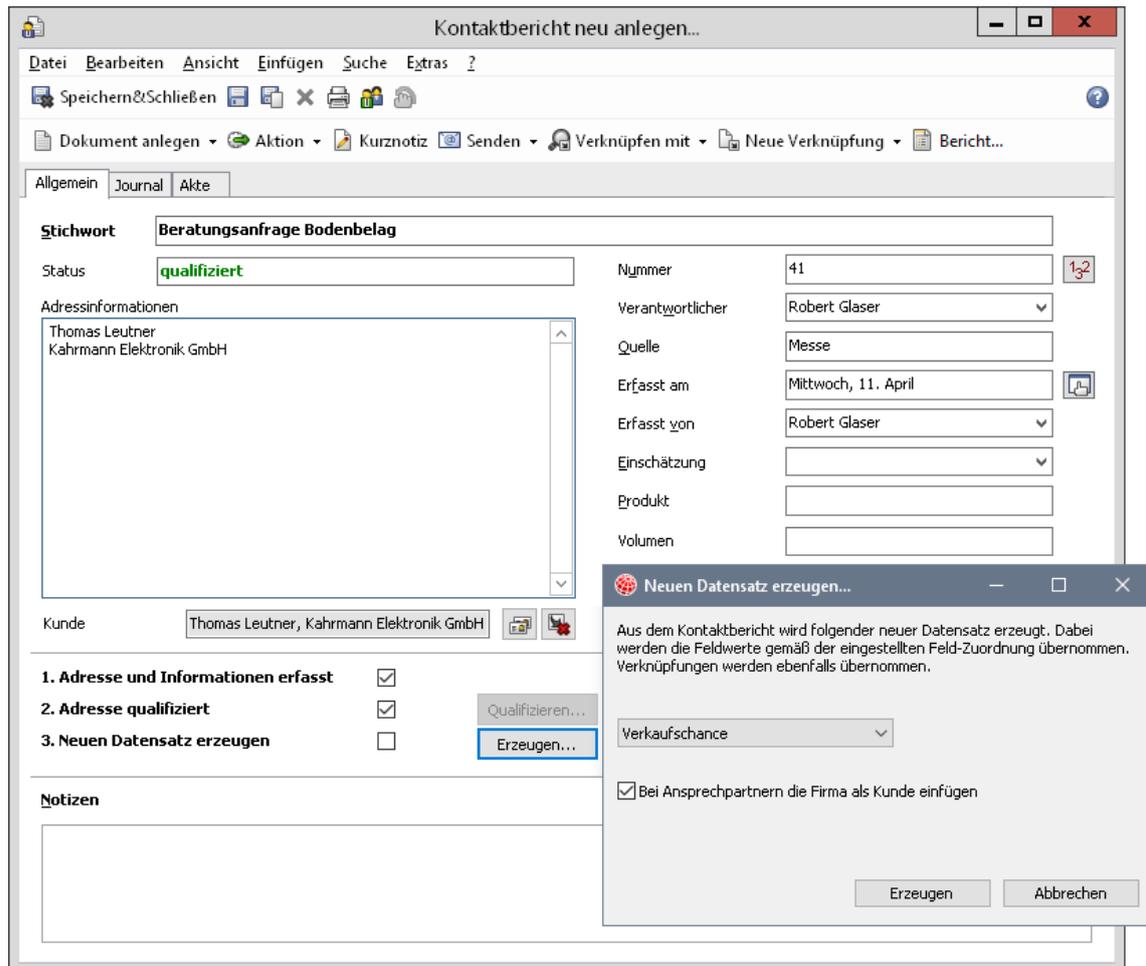
Dadurch wird sichergestellt, dass Verkaufschancen eindeutig sind und vertriebllich auch nur einmal weiterverfolgt werden.

Die Dublettenprüfung aktivieren Sie in den Einstellungen, siehe Kapitel "Weitere Einstellungen" auf Seite 37.

Verknüpfungen automatisch ändern

Wenn ein Kontaktbericht mit der Verknüpfungsart **Kunde** mit einer Adresse verknüpft ist, wird diese Verknüpfung in der neu erzeugten Verkaufschance übernommen.

Wurde ein Kontaktbericht mit einem Ansprechpartner verknüpft, wird der Ansprechpartner in der neu erstellten Verkaufschance mit der Verknüpfungsart **Kunde** eingetragen.



Mit der Option **Bei Ansprechpartnern die Firma als Kunde einfügen** wird die Firma des Ansprechpartners ermittelt und mit der Verknüpfungsart **Kunde** eingetragen. Der ursprünglich verknüpfte Ansprechpartner wird mit der Verknüpfungsart **Ansprechpartner** mit der Verkaufschance verknüpft.

3 Verkaufschancen im Modul Sales pro

Das Modul Sales pro unterstützt das methodische Vorgehen im Vertrieb und bietet Funktionen für die erforderlichen Vertriebsprozesse. Der Datensatz der Verkaufschance wird daher um entsprechende Funktionen und mehrere Register erweitert:

- Im Register **Allgemein** werden beispielsweise Verkäufer erfasst, hier sind Funktionen für das Anrufen und Verknüpfen entsprechender Kontaktpersonen verfügbar oder bestimmte Felder lassen sich automatisch ausfüllen.
- Im Register **Ansprechpartner** erfassen Sie die entsprechenden Ansprechpartner beim Kunden und deren Bedeutung für den erfolgreichen Abschluss der Verkaufschance.
- Im Register **Mitbewerber** erfassen Sie mögliche Mitbewerber und deren Einfluss auf die Kaufentscheidung des Kunden.

- Im Register **Kriterienkatalog** wählen Sie einen Kriterienkatalog. Die Ausprägung der entsprechenden Kriterien hilft Ihnen den potentiellen Erfolg der Verkaufschance einzuschätzen.
- Im Register **Vertriebsprozess** wählen Sie einen konkreten Vertriebsprozess. Damit planen Sie die notwendigen Aktivitäten, um die Verkaufschance erfolgreich abzuschließen.
- Das systematische Vorgehen mithilfe der entsprechenden Register und Funktionen erlaubt die Bewertung von Abschlüssen durch die automatische Berechnung der Wahrscheinlichkeit, siehe Kapitel "Berechnung der Wahrscheinlichkeit" auf Seite 19.

The screenshot shows the 'Beratungsanfrage Bodenbelag bearbeiten...' window. The menu bar includes 'Datei', 'Bearbeiten', 'Ansicht', 'Einfügen', 'Suche', and 'Extras'. The toolbar contains icons for 'Speichern & Schließen', 'Drucken', and 'Suche'. The main area has tabs for 'Allgemein', 'Produktpositionen', 'Ansprechpartner', 'Mitbewerber', 'Kriterienkatalog', 'Vertriebsprozess', 'Baum', 'Journal', and 'Akte'. The 'Kriterienkatalog' tab is selected, showing 'Erzeugt von Robert Glaser'. The 'Stichwort' field is 'Beratungsanfrage Bodenbelag'. Other fields include 'Kunde' (Kahrmann Elektronik GmbH), 'Status' (offen), 'Phase' (Akquise - Angebot), 'Quelle' (Messe), and 'Wahrscheinlichkeit' (25%). Financial data shows 'Gesamt (EUR)' of 4.490,00 and 'Gesamt gewichtet (EUR)' of 1.122,50. The 'Produktpositionen' field lists 'Laminat (100), Parkett (100)'. The 'Letzte Aktion am' field is 'Dienstag, 24. April' and the 'Nächste Aktivität' field is empty. The 'Verantwortlicher' field is 'Robert Glaser' and the 'Alarmieren' field is 'Alle Teilnehmer'. The 'Übergeordnet' field is 'Kahrmann Elektronik GmbH'. The 'Notizen' field is empty.

Verkaufschancen können aus einem Kontaktbericht erzeugt werden.

Bei einer Verkaufschance muss ein Kunde eingetragen sein, sonst lässt sich die Verkaufschance nicht speichern. Der eingetragene Kunde ist mit der Verknüpfungsart **Kunde** mit dieser Verkaufschance verknüpft.

Die Verknüpfungsart **Kunde** kann nur einmal bei einer Verkaufschance verwendet werden.

Wenn Sie eine zweite Adresse mit der Verknüpfungsart **Kunde** verknüpfen, wird die vorherige Verknüpfung in eine allgemeine Verknüpfung umgewandelt.

3.1 Funktionen im Register Allgemein

Im Register **Allgemein** erfassen Sie **Verkäufer**, **Status**, **Quelle** und weitere wichtige Informationen zur Verkaufschance.

Verkäufer

Beim Modul Sales pro sind im Register **Allgemein** der Verkaufschance die Felder **Verkäufer**, **Verkäufer 2** und **Verkäufer 3** verfügbar. In diese Felder tragen Sie die Adressen ein, die mit speziellen Verknüpfungsarten mit der Verkaufschance verknüpft werden.

In den Einstellungen des Desktop-Clients können Sie Favoriten für die Auswahl dieser Adressen angeben. Details und ein Beispiel dazu finden Sie bei den Einstellungen für den Vertrieb, siehe Kapitel "Vertrieb" auf Seite 34.

Die Bezeichnungen der Felder und Verknüpfungsarten werden durch den Administrator angepasst. Fragen Sie ggf. Ihren Administrator.

Verknüpfen

Wenn Sie die Verkaufschance mit einem beliebigen neuen Datensatz verknüpfen, öffnet sich ein Hinweis. Nun können Sie den weiteren Datensatz auch mit allen Adressen verknüpfen, mit dem die Verkaufschance verknüpft ist.

Beispielsweise klicken Sie auf **Neue Verknüpfung** und wählen **Termin**. Anschließend öffnet sich ein Fenster mit einer Liste aller Adressen, die mit der Verkaufschance verknüpft sind. In diesem Fenster wählen Sie die Adressen, die ebenfalls mit dem neuen Termin verknüpft sein sollen.

Beim Verknüpfen der Verkaufschance mit einem beliebigen bestehenden Datensatz wird automatisch auch die Kunden-Adresse der Verkaufschance mit dem bestehenden Datensatz verknüpft.

Feld Ende

Wenn Sie das Feld **Ende** der Verkaufschance nicht ausfüllen, öffnet sich beim Speichern ein Hinweis.

Ein großer Teil der Auswertungen für Verkaufschancen bezieht sich auf das Feld **Ende**, z. B. die Vertriebsplanung für einen bestimmten Zeitraum. Deshalb sollte dieses Feld immer ausgefüllt werden. Ist dieses Feld leer, geht die Verkaufschance nicht in die entsprechende Auswertung ein.

Teilnehmer der Verkaufschance

Benutzer lassen sich automatisch in die Felder **Verkäufer**, **Verkäufer 2** oder **Verkäufer 3** eintragen. In diesem Fall oder auch bei manueller Pflege dieser Felder können diese Benutzer ebenfalls automatisch als Teilnehmer mit bestimmten Rechten in der Verkaufschance eingetragen werden. Dies legen Sie in den Einstellungen für den Vertrieb fest, siehe Kapitel "Vertrieb" auf Seite 34.

Automatische Berechnung der Wahrscheinlichkeit

Auf Basis der erfassten Parameter in den Registern **Ansprechpartner**, **Mitbewerber**, **Kriterienkatalog** und **Vertriebsprozess** kann die Wahrscheinlichkeit automatisch berechnet werden, siehe Kapitel "Berechnung der Wahrscheinlichkeit" auf Seite 19.

Phase

Wurde im Vertriebsprozess ein Meilenstein mit einer neuen Phase erreicht, so wird im Feld **Phase** automatisch die neue Phase eingetragen.

Die Benennung der Phasen hängt von den Vorgaben des verwendeten Vertriebsprozesses ab, siehe Kapitel "Vertriebsprozesse" auf Seite 30.

3.2 Funktionen im Register Ansprechpartner

In diesem Register erfassen Sie Ansprechpartner einer Verkaufschance und deren **Hal-**
tung.

- ✓ Klicken Sie auf die Schaltfläche **Hinzufügen**.

Das Fenster **Ansprechpartner** öffnet sich.

- ✓ Klicken Sie auf **Adresse suchen**.

Das Fenster **Suche** öffnet sich. Als Ansprechpartner lassen sich nur in CAS genesis-World erfasste Adressen eintragen.

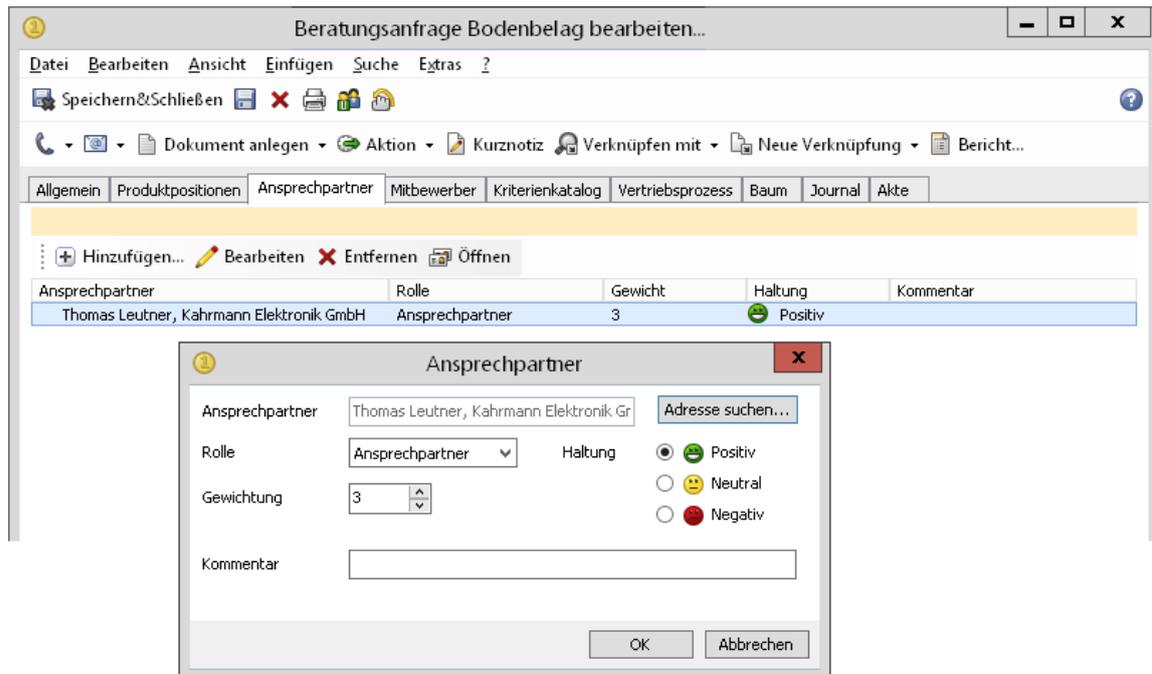
Ist bereits eine Firma als Kunde mit der Verkaufschance verknüpft, so ist die Suche mit den Ansprechpartnern dieser Firma vorbelegt.

- ✓ Wählen Sie, welche **Rolle** dieser Ansprechpartner spielt.

Mögliche Rollen werden durch den Administrator vorgegeben. Fragen Sie ggf. Ihren Administrator.

Alle Verknüpfungen zu Adressen mit den entsprechenden Verknüpfungsarten werden im Register **Akte** in der Liste **Adressen** angezeigt.

- ✓ Geben Sie die **Gewichtung** ein.



- ✓ Wählen Sie, ob diese Gewichtung mit der **Haltung** positiv, neutral oder negativ zu berücksichtigen ist.

Diese Werte beeinflussen die Berechnung der Wahrscheinlichkeit, siehe Kapitel "Wahrscheinlichkeitsberechnung" auf Seite 32.

Rot stellt eine Wahrscheinlichkeit unter 33 % dar,

Gelb eine Wahrscheinlichkeit zwischen 34 % und 66 % und

Grün eine Wahrscheinlichkeit größer als 66 %.

- ✓ Tragen Sie bei Bedarf im Feld **Kommentar** für jeden Ansprechpartner einen Kommentar ein.

3.2.1 Teilwahrscheinlichkeit für Ansprechpartner

Die Gesamtwahrscheinlichkeit einer Verkaufschance berechnet sich aus den gewichteten Teilwahrscheinlichkeiten der Bereiche Ansprechpartner, Mitbewerber, Kriterienkatalog und Vertriebsprozess, siehe Kapitel "Wahrscheinlichkeitsberechnung" auf Seite 32.

Die Teilwahrscheinlichkeit für die Ansprechpartner ist die gewichtete Summe aus Einfluss und Haltungen der einzelnen Ansprechpartner.

Die Haltung kann dabei -1 (negativ), 0 (neutral) und +1 (positiv) sein.

Die minimale Wahrscheinlichkeit ist 0 %. Ist die gewichtete Summe negativ, so wird dennoch eine Wahrscheinlichkeit von 0 % angezeigt.

Beispiel

Ansprechpartner 1, Gewicht: 50, Haltung: 0

Ansprechpartner 2, Gewicht: 30, Haltung: -1

Ansprechpartner 3, Gewicht: 20, Haltung: +1

Wahrscheinlichkeit = $50 \cdot 0 + 30 \cdot (-1) + 20 \cdot 1 = 0 - 30 + 20 = -10/100 = -0,1 = -10 \%$

Da dieser Wert negativ ist, ist die Wahrscheinlichkeit 0 %

3.3 Funktionen im Register Mitbewerber

In diesem Register der Verkaufschance erfassen Sie die Mitbewerber bei einer Verkaufschance und deren Wettbewerbsfähigkeit.

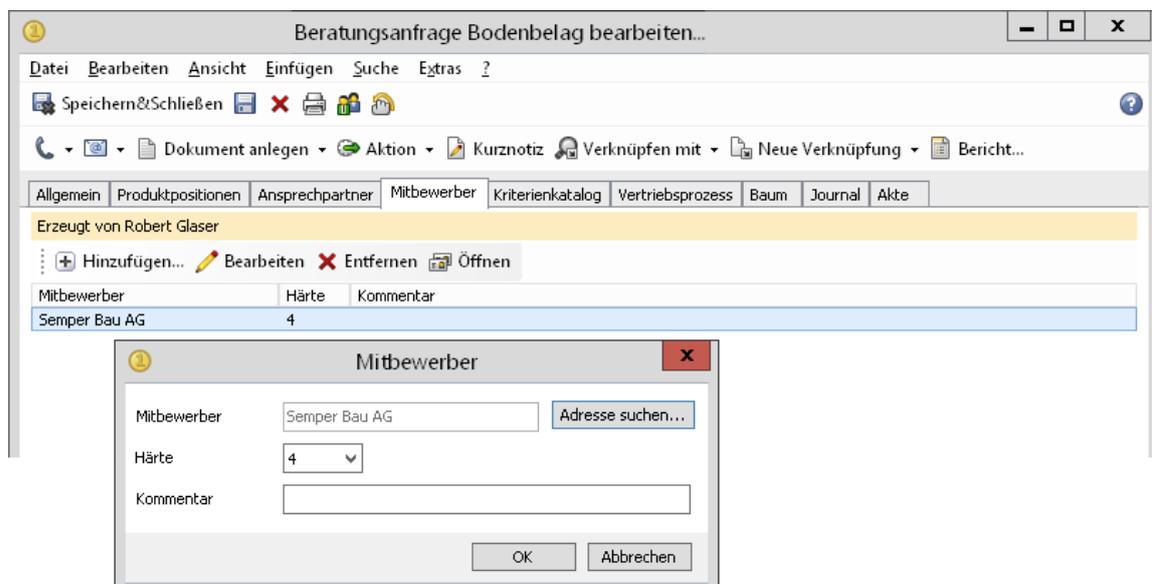
- ✓ Klicken Sie auf die Schaltfläche **Hinzufügen**.

Das Fenster **Mitbewerber** öffnet sich.

- ✓ Klicken Sie auf **Adresse suchen**.

Das Fenster **Suche** öffnet sich. Als Mitbewerber können Sie in CAS genesisWorld erfasste Adressen eintragen.

In das Eingabefeld können Sie auch direkt den Namen eines Mitbewerbers eintragen, wenn die Adresse nicht in CAS genesisWorld erfasst ist.



- ✓ Wählen Sie eine **Härte** zwischen 0 und 10, wobei 10 der härteste Wert ist.

Die **Härte** gibt eine Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit von Mitbewerbern wieder. Die Einträge dieser Dropdown-Liste sind fest vorgegeben und können nicht geändert werden.

- ✓ Tragen Sie bei Bedarf im Feld **Kommentar** für jeden Mitbewerber einen Kommentar ein.

Die Wahrscheinlichkeit die Verkaufschance zu gewinnen beruht nur auf dem stärksten Mitbewerber, siehe Kapitel "Wahrscheinlichkeitsberechnung" auf Seite 32. Hat der stärkste Mitbewerber die Härte 10 (der maximale Wert), ist die Wahrscheinlichkeit 0 %; hat der stärkste Mitbewerber z. B. nur eine Härte von 4, ist die Wahrscheinlichkeit noch 60 %. Wie im Register **Ansprechpartner** werden die Werte durch verschiedene Farben verdeutlicht.

3.3.1 Teilwahrscheinlichkeit für Mitbewerber

Die Gesamtwahrscheinlichkeit einer Verkaufschance berechnet sich aus den gewichteten Teilwahrscheinlichkeiten der Bereiche Ansprechpartner, Mitbewerber, Kriterienkatalog und Vertriebsprozess, siehe Kapitel "Wahrscheinlichkeitsberechnung" auf Seite 32.

Die Teilwahrscheinlichkeit für Mitbewerber richtet sich nach dem härtesten Mitbewerber. Die Härte kann zwischen 0 und 10 eingestellt werden, wobei 10 der härteste Wert ist.

Ist die maximale Härte aller Mitbewerber 0, ist die Wahrscheinlichkeit 100 %

Ist die maximale Härte aller Mitbewerber 10, ist die Wahrscheinlichkeit 0 %

Als Formel ausgedrückt: $100 - (\text{maximale Härte} * 10) = x \text{ [%]}$

Beispiel

Mitbewerber A: 1

Mitbewerber B: 3

Mitbewerber C: 5

Die maximale Härte ist 5, d. h. 50 % Wahrscheinlichkeit

Da bei einer leeren Liste nicht unterschieden werden kann, ob noch kein Mitbewerber eingetragen wurde oder ob kein Mitbewerber vorhanden ist, wird ein Initialwert von 100% gesetzt.

4 Vertriebsmethodik

Die Vertriebsmethodik wird von Sales pro durch Kriterienkataloge unterstützt. Ein oder mehrere Kriterienkataloge lassen sich anlegen, anpassen, verwenden und ändern. Sie können verschiedene Kriterienkataloge anlegen: für das Projektgeschäft, für den Standardvertrieb, für Dienstleistungen usw.

Das methodische Vorgehen im Vertrieb wird ebenfalls durch die automatische Wahrscheinlichkeitsberechnung gemäß den erfassten Kriterien unterstützt. Damit ergibt sich eine realistische Bewertung und Steuerung der Vertriebsaktivitäten.

4.1 Kriterienkatalog

In diesem Register wählen Sie zunächst einen Kriterienkatalog und dann für jedes Kriterium die Ausprägung, die für den Kunden dieser Verkaufschance zutrifft.

Mit dem Modul Sales pro können mehrere Kriterienkataloge angelegt und verwendet werden. Eine Ausprägung jedes Kriteriums kann in den Einstellungen als Standard gewählt werden und ist dann als Vorgabe bereits eingestellt.

Ein oder mehrere Kriterienkataloge, Kriterien und Ausprägungen werden durch einen Benutzer mit entsprechenden Rechten in den Einstellungen festgelegt, siehe Kapitel "Kriterienkataloge" auf Seite 27.

Beratungsanfrage Bodenbelag bearbeiten...

Datei Bearbeiten Ansicht Einfügen Suche Extras ?

Speichern&Schließen X Print Help

Telefon E-Mail Dokument anlegen Aktion Kurznote Verknüpfen mit Neue Verknüpfung Bericht...

Allgemein Produktpositionen Ansprechpartner Mitbewerber Kriterienkatalog Vertriebsprozess Baum Journal Akte

Kriterienkatalog Standard Kriterienkatalog

1. Bedürfnisse des Kunden

- Der Kunde kennt seine Bedürfnisse und hat sie detailliert schriftlich festgehalten
- Der Kunde kennt seine Bedürfnisse gut
- Der Kunde hat seine Bedürfnisse grob umrissen
- Der Kunde ist an unserem Produkt interessiert, hat aber nichts weiter spezifiziert
- Der Kunde kennt seine Bedürfnisse nicht

2. Lösung

- Das Produkt deckt die Muss- und Kann-Anforderungen voll ab
- Das Produkt deckt mindestens 80% der Muss- und Kann-Anforderungen ab
- Das Produkt deckt mindestens 80% der Muss- und 50% der Kann-Anforderungen ab
- Das Produkt deckt mindestens 50% der Muss- und 50% der Kann-Anforderungen ab
- Das Produkt deckt keine oder nur weniger der Muss-Anforderungen ab

Wahrscheinlichkeit durch Kriterienkatalog: 80 %

Hinweise

Kriterienkataloge werden veröffentlicht. Wenn ein Kriterienkatalog nicht mehr verwendet werden soll, kann diese Veröffentlichung zurückgenommen werden. Vorhandene Verkaufschancen mit einem zurückgenommenen Kriterienkatalog bleiben unverändert.

Für neue Verkaufschancen kann ein zurückgenommener Kriterienkatalog nicht mehr verwendet werden.

Die Bezeichnung der Kriterien kann geändert werden, auch wenn ein Kriterienkatalog verwendet wird.

Punkte oder Gewichtungen der einzelnen Kriterien können nicht geändert werden, solange ein Kriterienkatalog verwendet wird. Hintergrund dafür ist, dass sich aus diesen Gewichtungen die Berechnung der Wahrscheinlichkeit durch den Kriterienkatalog ergibt. Diese (Teil-)Wahrscheinlichkeit wird dann in der Berechnung der Wahrscheinlichkeit für die Verkaufschance berücksichtigt. Wenn das Ändern der Gewichtungen zulässig wäre, könnten Änderungen der Wahrscheinlichkeit auftreten. Solche ungewollten Änderungen werden damit verhindert.

4.2 Berechnung der Wahrscheinlichkeit

Im Register **Allgemein** der Verkaufschance erlaubt das Modul Sales pro die Berechnung der Wahrscheinlichkeit auf Basis der erfassten Parameter in den Registern **Ansprechpartner**, **Mitbewerber**, **Kriterienkatalog** und **Vertriebsprozess**, siehe Kapitel "Wahrscheinlichkeitsberechnung" auf Seite 32.

- ✓ Aktivieren Sie **Berechnete Wahrscheinlichkeit verwenden**.

Wenn Sie das Kontrollkästchen deaktivieren, ist die manuelle Eingabe einer Wahrscheinlichkeit möglich.

- 🔄 Klicken Sie auf **Aktualisieren**, um die Wahrscheinlichkeit neu zu berechnen.

Eine Aktualisierung kann beispielsweise nötig sein, wenn Sie Ansprechpartner, Mitbewerber usw. der Verkaufschance geändert haben.

5 Vertriebsprozess

Im Modul Sales pro planen Sie durch einen oder mehrere Vertriebsprozesse Ihre Arbeitsprozesse bzw. Workflows mit Aktivitäten und Meilensteinen.

Die Reihenfolge der Aktionen eines Prozesses ist festgelegt und Aktionen können einfach eingetragen werden.

Ein oder mehrere Vertriebsprozesse mit Meilensteinen und dazugehörigen Aktivitäten werden in den Einstellungen für Vertriebsprozesse festgelegt, siehe Kapitel "Vertriebsprozesse" auf Seite 30.

Der Prozess vom Kontaktbericht über die Verkaufschance bis hin zum After-Sales-Management ist festgelegt und erfolgt nachvollziehbar und planbar.

- ✓ Öffnen Sie eine Verkaufschance im Register **Vertriebsprozess**.

- ✓ Wählen Sie einen **Vertriebsprozess**.
- ✓ Aktivieren Sie das Kontrollkästchen mit der zeitlich nächsten Aktivität.

Die entsprechenden Aktivitäten legen Sie in den Einstellungen zu Vertriebsprozessen fest, siehe Kapitel "Vertriebsprozesse" auf Seite 30.

- ✓ Klicken Sie auf die entsprechende Schaltfläche neben der gewünschten Aktivität.

Je nach Aktivität öffnet sich ein entsprechendes Fenster, um die Aktivität durchzuführen oder einen neuen Datensatz anzulegen. Der Datensatz der Aufgabe, des Telefonats usw. wird automatisch mit der Verkaufschance verknüpft.

Erzeugt von Robert Glaser

Vertriebsprozess: Einfacher Vertriebsprozess

1. Akquisephase

Infomaterial versenden Dokument anlegen

Nachfassen E-Mail senden

2. Angebotsphase

Angebot erstellen und versenden Dokument anlegen

Nachfassen E-Mail senden

3. Abschlussphase

Auftrag abwickeln Aufgabe anlegen

4. After-Sales-Phase

Zufriedenheit erfragen Aufgabe anlegen

Wahrscheinlichkeit durch Vertriebsprozess: 0 %

Nach dem Anlegen einer Aktivität wird beim Speichern der Verkaufschance in der entsprechenden Zeile das Datum angezeigt, an dem der Datensatz angelegt wurde. Außerdem wird das Datum der letzten durchgeführten Aktivität im Register **Allgemein** im Feld **Letzte Aktion am** angezeigt.

Hinweise

Verkaufsprozesse werden für andere Anwender freigegeben. Wenn ein Verkaufsprozess nicht mehr verwendet werden soll, kann diese Freigabe zurückgenommen werden. Vorhandene Verkaufschancen mit einem zurückgenommenen Verkaufsprozess bleiben unverändert. Für neue Verkaufschancen kann ein zurückgenommener Verkaufsprozess nicht mehr verwendet werden.

Die Bezeichnung der Meilensteine und Aktivitäten kann geändert werden, auch wenn ein Verkaufsprozess verwendet wird. Die Zuordnung einer Aktivität zu einer Phase ist unveränderlich. Auch die Punkte bzw. Gewichtungen einer Aktivität und die entsprechende Aktion können nicht nachträglich geändert werden. Hintergrund dafür ist wie beim Kriterienkatalog, dass Automaten der Verkaufschance auf diesen Grundlagen beruhen, beispielsweise die Berechnung der automatischen Wahrscheinlichkeit.

6 Verkaufschancen auswerten

Auswertungen für Verkaufschancen werden in einer neuen Ansicht komfortabel nach unterschiedlichen Kriterien erstellt und können direkt in der Ansicht geändert werden. Diese Auswertungen lassen sich in einer Grafik darstellen und die Grafik können Sie als Bilddatei exportieren.

Legen Sie dazu eine Ansicht **Auswertung über Verkaufschancen** mit dem Ansichtsassistenten an.

- ✓ Klicken Sie im Menü **Datei** auf **Neu/Ansicht**.

Der Ansichtsassistent öffnet sich.

- ✓ Wählen Sie als Art der Ansicht **Auswertung von Verkaufschancen**.
- ✓ Wählen Sie die gewünschte Vorlage.

Im Ansichtsassistenten sind mehrere Vorlagen für die Ansicht **Auswertung über Verkaufschancen** vorhanden, die sich in den Filterbedingungen und der Art des Diagramms unterscheiden.

Für Auswertungen, insbesondere mit zeitlichem Bezug, ist ein Wert im Feld **Ende** bei den Verkaufschancen notwendig. Wird eine neue Verkaufschance ohne Eintrag in diesem Feld gespeichert, erfolgt ein entsprechender Hinweis.

6.1 Einstellungen beim Anlegen der Ansicht

Die Vorgaben für diese Ansicht legen Sie zunächst im Ansichtsassistenten oder in den Eigenschaften der Ansicht fest:

- ✓ Im Register **Ansicht** bzw. der entsprechenden Seite des Ansichtsassistenten stellen Sie Vorgaben für Filterbedingungen ein.
- ✓ Im Register **Diagramm** legen Sie Einstellungen für das Diagramm der Auswertung fest.

Einstellungen für die Filter und Einstellungen für das Diagramm lassen sich auch direkt in der Ansicht ändern, ohne das Fenster **Eigenschaften** der Ansicht zu öffnen.

Ansichten können Sie nur anlegen oder ändern, wenn Sie die erforderlichen Rechte zum Ändern des Navigators vom Administrator erhalten haben. Fragen Sie ggf. Ihren Administrator.

6.1.1 Ansicht: Vorgaben für Filterbedingungen

Im Register **Ansicht** bzw. auf der entsprechenden Seite des Ansichtsassistenten legen Sie zentrale Einstellungen fest.

Mit diesen Einstellungen legen Sie ebenfalls fest, welche Filterbedingungen direkt in der Ansicht angezeigt werden und dort direkt verwendet werden.

- ✓ Bei **Filterbedingungen für Verkaufschancen** können Sie 3 **Tabellenfelder** und **Bedingungen** wählen.

Die Filterbedingungen für Verkaufschancen werden in der Ansicht angezeigt. Die **Filterwerte** für die Filterbedingung geben Sie direkt in der Ansicht ein.

Eigenschaften Auswertung von Verkaufschancen

Allgemein | **Fachbereiche** | **Ansicht** | Diagramm | Ansichtsfomat | Team

Filterbedingungen für Verkaufschancen

| Tabellenfeld | Bedingung |
|--------------------|-------------------|
| Status | ist identisch mit |
| Phase | ist identisch mit |
| Wahrscheinlichkeit | größer |

Filterbedingungen für Zeitraum anzeigen
 Filterbedingungen für Vertrieb anzeigen

Währung

Alle Verkaufschancen in ihrer jeweiligen Währung anzeigen
 Nur Verkaufschancen mit dieser Währung anzeigen (EUR)
 Alle Verkaufschancen anzeigen und in diese Währung umrechnen

Filterbedingungen für Adressen anzeigen Auswahl: Kunde

| Tabellenfeld | Bedingung |
|--------------|-------------------|
| Land | ist identisch mit |
| PLZ | ist identisch mit |

OK Abbrechen Übernehmen

Auf die gleiche Art und Weise legen Sie weitere Einstellungsmöglichkeiten für die Ansicht fest.

Ausgewählte Filterbedingungen in den Eigenschaften der Ansicht werden als Blöcke mit der Bezeichnung **Zeitraum**, **Adressen** usw. in der Ansicht angezeigt.

- ✓ Aktivieren Sie die Option **Filterbedingungen für Zeitraum anzeigen** wird in der Ansicht ein Block mit einer Dropdown-Liste angezeigt.

Mit dem Eintrag **Zeitraum von/bis** der Dropdown-Liste werden zwei weitere Felder angezeigt, in die Sie einen Beginn und ein Ende des Zeitraums eingeben.

Mit dem Eintrag **Benutzerdefiniert** werden ein Feld und eine Schaltfläche für genauere Angaben angezeigt.

- ✓ Aktivieren Sie die Option **Filterbedingungen für Vertrieb anzeigen**, um die Felder für Verkäufer in der Ansicht anzuzeigen.

- ✓ Mit **Filterbedingungen für Adressen anzeigen** legen Sie fest, dass Filterbedingungen für Kunden, Mitbewerber, Ansprechpartner usw. angezeigt werden.

Die Dropdown-Liste enthält alle Verknüpfungsarten für Adressen.

- ✓ Die Option **Filterbedingungen für Produktpositionen anzeigen** legt fest, dass Filterbedingungen für Produkte angezeigt werden.

Die Filter beziehen sich auf die Produktpositionen, die in den Verkaufschancen angegeben sind.

Einstellungen für die Währung

In allen Ansichten für die **Auswertung über Verkaufschancen** sind für die angegebene Währung in den Verkaufschancen spezielle Einstellungen möglich.

- ✓ Aktivieren Sie die Option **Alle Verkaufschancen in ihrer jeweiligen Währung anzeigen**, werden nur die Angaben in den Verkaufschancen zu berücksichtigt.

So werden alle Verkaufschancen unabhängig von ihrer Währung angezeigt.

Diese Option wählen Sie immer dann, wenn sowieso alle Verkaufschancen nur in einer Währung gepflegt werden oder Sie eine nicht-monetäre Auswertung machen, z. B. auf die reine Anzahl der Verkaufschancen.

- ✓ Über die Dropdown-Liste **Nur Verkaufschancen in dieser Währung anzeigen** legen Sie fest, dass nur Verkaufschancen in der gewählten Währung angezeigt werden.

Diese Option wählen Sie dann, wenn Sie gezielt nur Verkaufschancen einer bestimmten Währung auswerten möchten.

- ✓ Aktivieren Sie die Option **Alle Verkaufschancen anzeigen und in diese Währung umrechnen**, werden alle Verkaufschancen berücksichtigt, die sich aus den anderen Filterbedingungen ergeben.

Wenn Preise der Produktpositionen in diesen Verkaufschancen in unterschiedlichen Währungen erfasst sind, dann wird die Summe der Werte aus den Produktpositionen in die Währung der Option **Nur Verkaufschancen in dieser Währung anzeigen** umgerechnet. In der Ansicht wird anschließend der umgerechnete Wert angezeigt.

Die **Basiswährung**, die in Ihrem Unternehmen standardmäßig verwendet wird, stellt der Administrator ein. Haben Sie noch keine Auswahl getroffen, ist die **Basiswährung** in einer Dropdown-Liste für die Wahl einer Währung automatisch eingestellt.

Auch der Umrechnungskurs und welche Währungen in der Dropdown-Liste angezeigt werden, legt der Administrator fest.

Die festgelegten Umrechnungskurse beziehen sich jeweils auf die Umrechnung von einer Fremdwährung in die festgelegte **Basiswährung**. Die Möglichkeiten der Umrechnung sind also von den individuellen Einstellungen Ihres Unternehmens abhängig. Fragen Sie ggf. Ihren Administrator.

6.1.2 Einstellungen für das Diagramm

Die Einstellungen für das Diagramm bei der Ansicht **Auswertung über Verkaufschancen** sind prinzipiell die gleichen wie in einer üblichen **Diagramm-Ansicht** in CAS genesisWorld.

Die folgenden Einstellungen weichen von den Einstellungen für andere Diagramm-Ansichten in CAS genesisWorld ab.

- Das Diagramm bezieht sich immer auf Verkaufschancen, deswegen wählen Sie keinen Datensatz-Typ.
- Die Filterbedingungen legen Sie über das Register **Ansicht** oder direkt in der Ansicht fest, deshalb legen Sie im Register **Diagramm** keinen Filter fest.
- Im Bereich **Darzustellende Werte** wählen Sie, welche Feldwerte betrachtet werden sollen und in welcher Form diese dargestellt werden sollen.

Außer Säulen, Balken oder Kreissegmente ist zusätzlich der **Sales-Funnel (Trichter)** möglich.

6.2 Die Ansicht Auswertung über Verkaufschancen

Diese Ansicht besteht aus mehreren Bereichen.

1 Aktionen

In diesem Bereich können Sie Aktionen für die geöffnete Ansicht wählen.

- ✓ Klicken Sie auf **Aktualisieren**, wenn Sie eine Filterbedingung (2) geändert haben. Dann wird die Ansicht aktualisiert.
- ✓ Mit **Zurücksetzen** wird die Ansicht so angezeigt, wie dies in den Eigenschaften der Ansicht gespeichert ist.
- ✓ **Speichern** speichert den momentanen Zustand der Ansicht in den Eigenschaften der Ansicht.

2 Filterbedingungen

In diesem Bereich werden Blöcke für alle Filterbedingungen angezeigt, die Sie in den Eigenschaften der Ansicht aktiviert haben. Wenn Sie z. B. in den Eigenschaften die Option **Filterbedingungen für Zeitraum anzeigen** aktivieren, wird der Block **Zeitraum** angezeigt.

Der Block **Verkaufschancen** wird immer angezeigt.

- ☒ Wählen Sie die Schaltfläche **Weitere Filterbedingungen** in den Blöcken für Verkaufschancen und Adressen.

Das Fenster **Filter für** öffnet sich. In diesem Fenster können Sie weitere Filterbedingungen angeben.

- ✓ Klicken Sie den kleinen Pfeil rechts unten in einem Block.

Ein Fenster öffnet sich, in dem Sie das **Tabellenfeld** und die **Bedingung** der angezeigten Filterbedingungen direkt in der Ansicht ändern.

Die Einstellungen der Filterbedingungen entsprechen prinzipiell einer Verknüpfungssuche, z. B. Suche alle Verkaufschancen, die mit bestimmten Adressen verknüpft sind.

3 Weitere Filterbedingungen

Wenn die Breite des Bildschirms für die Anzeige aller aktiven Blöcke nicht ausreicht, werden diese nur als Symbole angezeigt.

- Klicken Sie auf die Schaltfläche, um die entsprechenden Einstellungen zu öffnen.

4 Liste der Verkaufschancen

Diese Liste zeigt alle Verkaufschancen, die sich nach den Filterbedingungen ergeben. Beispielsweise können Sie interessante Verkaufschancen nach dem Filtern als statische Listenansicht im Navigator speichern.

Die Breite der Liste und des Diagramms ändern Sie durch Verschieben der Trennlinie zwischen beiden Bereichen.

5 Diagramm

In diesem Bereich werden Säulen, Balken, Kreissegmente oder der Verkaufstrichter angezeigt.

6 Funktionen für das Diagramm

- 🔊 Mit **Eigenschaften des Diagramms ein-/ausblenden** werden die Eigenschaften der Ansicht eingeblendet.

In den eingeblendeten Eigenschaften passen Sie **Darzustellende Werte**, die **Darzustellende Größe** und die **Darstellung** an.

- 📄 **Diagramm exportieren** öffnet das Dateiauswahlfenster von Windows.

Das Diagramm lässt sich als Bilddatei speichern.

6.3 Preis- und Rabattlisten einsetzen

Preis- und Rabattlisten können mit Sales pro gepflegt und berücksichtigt werden. Mit diesen Listen können Sie abweichende Preise in Abhängigkeit der Mindestmenge für ein Produkt festlegen. Diese Preise werden bei der Ermittlung des angebotenen Preises in den Produktpositionen einer Verkaufschance berücksichtigt.

Preis- und Rabattlisten sind somit geeignet, um Staffelpreise für ein Produkt in Abhängigkeit von der Bestellmenge festzulegen. Der Bereich **Preise und Rabatte** im Register **Details** wird bei Firmen und Einzelkontakten angezeigt.

Kundenpreis bzw. Kundenrabatt sind geeignet, um individuelle Vereinbarungen mit einzelnen Kunden festzuhalten.

Die verfügbaren Preis- und Rabattlisten wie auch individuelle Vereinbarungen für Kunden können bei Firmen und Einzelkontakten an entsprechender Stelle eingetragen werden.

Preis- und Rabattlisten werden durch einen Benutzer mit entsprechenden Rechten in den Einstellungen für Preislisten und Rabattlisten festgelegt, siehe Kapitel "Preislisten" auf Seite 37, "Rabattlisten" auf Seite 39.

Ist Sales pro bei einem Anwender nicht lizenziert, wird der Bereich **Preise und Rabatte** im Register **Details** bei Firmen und Einzelkontakten nicht angezeigt.

Eingetragene Preise und Rabatte werden dennoch für Berechnungen berücksichtigt, auch wenn Anwender ohne Zugriff auf Preis- und Rabattlisten Verkaufschancen anlegen.

7 Einstellungen für Sales pro

In den Einstellungen für das Modul Sales pro legen Sie Vorgaben für Ihre Vertriebsmethodik und Vertriebsprozesse fest, z. B. Kriterienkataloge.

- ✓ Klicken Sie im Menü **Extras** auf **Einstellungen**.
- ✓ Alle Einstellungen finden Sie im Register **Sales pro**.

7.1 Kriterienkataloge

In diesem Register erstellen Sie einen oder mehrere Kriterienkataloge, veröffentlichen diese oder nehmen einen Kriterienkatalog zurück. Außerdem können Sie bestehende Kriterienkataloge duplizieren.

- ✓ Mit **Neu** bzw. **Bearbeiten** öffnen Sie ein entsprechendes Fenster **Kriterienkatalog neu anlegen/bearbeiten**.

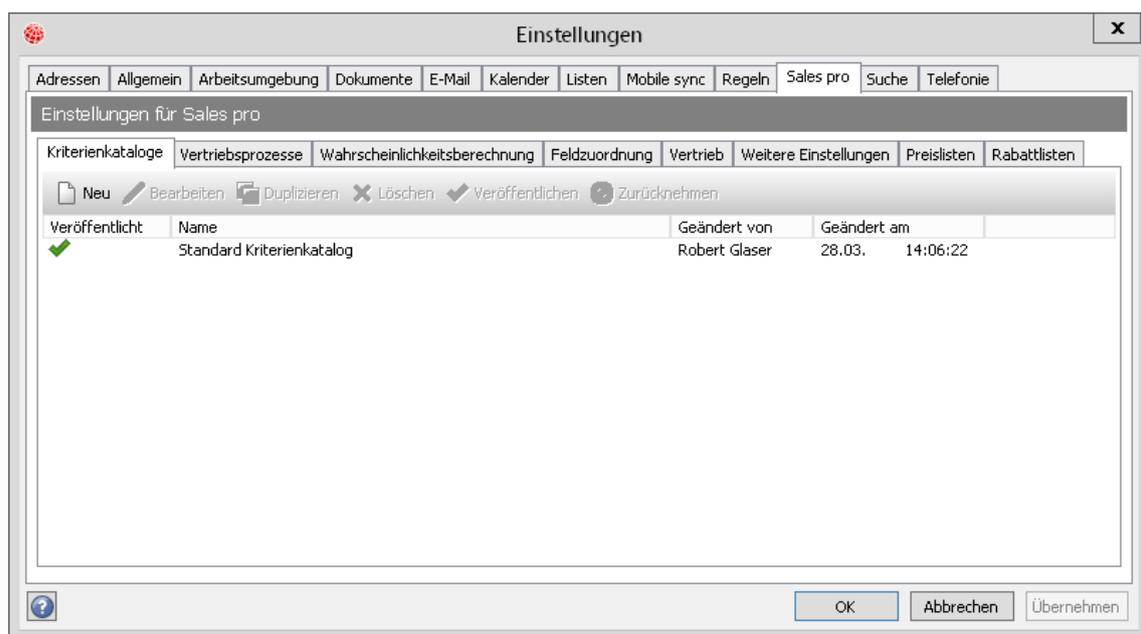
In diesem Fenster legen Sie **Kriterien** an.

- ✓ Für jedes Kriterium legen Sie anschließend **Bewertungen** an.

Die Bewertung wird außerdem durch Punkte gewichtet, siehe Kapitel "Wahrscheinlichkeitsberechnung" auf Seite 32.

- ✓ Wenn Sie bei einer Bewertung die Option **Standard** aktivieren, ist diese Bewertung als Voreinstellung gewählt.

Die Bewertung lässt sich jederzeit ändern.



Kriterienkatalog ändern

Verwendete Kriterienkataloge können nicht geändert werden.

Ein Kriterienkatalog lässt sich nur eingeschränkt ändern, wenn dieser Kriterienkatalog in Verkaufschancen verwendet wird.

Prinzipiell lassen sich nur die Namen der Kriterien ändern, aber nicht Punkte oder Gewichtungen.

Wenn Anpassungen an einem Kriterienkatalog notwendig sind, ist folgendes Vorgehen empfehlenswert:

- ✓ Duplizieren Sie den entsprechenden vorhandenen Kriterienkatalog und passen Sie diesen an.
- ✓ **Veröffentlichen** Sie den neuen Kriterienkatalog.
- ✓ Markieren Sie den vorherigen Kriterienkatalog und klicken Sie auf **Zurücknehmen**.

Der zurückgenommene Kriterienkatalog ist anschließend noch in allen Verkaufschancen vorhanden, die bereits existieren.

In diesen Verkaufschancen lässt sich dieser Kriterienkatalog auch weiterhin verwenden.

In allen neuen Verkaufschancen kann aber nur noch der neue Kriterienkatalog gewählt und eingesetzt werden.

Beispiel eines Kriterienkatalogs

Die Kriterien und die Bewertungen jedes Kriteriums dienen dazu, den Kunden und den potentiellen Erfolg der Verkaufschance einzuschätzen.

Immer wenn in einer Verkaufschance eine Bewertung für ein Kriterium vergeben wird, steigt der potentielle Erfolg dieser Verkaufschance.

Wie stark der potentielle Erfolg steigt, hängt von der Punktzahl ab, die Sie für eine Bewertung hier angeben. Beachten Sie, dass die Kriterien positiv formuliert werden sollten, weil die Wahrscheinlichkeit der Verkaufschance immer steigt, wenn eine Bewertung vergeben wird.

Dies ist in der Berechnung der Wahrscheinlichkeit so festgelegt, siehe Kapitel "Wahrscheinlichkeitsberechnung" auf Seite 32.

The screenshot shows a window titled "Kriterienkatalog bearbeiten" with a search field containing "Standard Kriterienkatalog". Below the search field, a message states: "Der Kriterienkatalog ist veröffentlicht und kann daher nur eingeschränkt bearbeitet werden." The main area is divided into two sections:

Kriterien

Buttons: Neu, Bearbeiten, Löschen, nach oben, nach unten

| Nr | Kriterium |
|-----|------------------------|
| ✓ 1 | Bedürfnisse des Kunden |
| ✓ 2 | Lösung |
| ✓ 3 | Budget |
| ✓ 4 | USP |

Bewertungen für Kriterium Nr. 2

Buttons: Neu, Bearbeiten, Löschen, nach oben, nach unten

| Nr | Bewertung | Punkte | Standard |
|----|---|--------|----------|
| 1 | Das Produkt deckt die Muss- und Kann-Anforderung... | 10 | |
| 2 | Das Produkt deckt mindestens 80% der Muss- und K... | 6 | |
| 3 | Das Produkt deckt mindestens 80% der Muss- und 5... | 3 | |
| 4 | Das Produkt deckt mindestens 50% der Muss- und 5... | 1 | |
| 5 | Das Produkt deckt keine oder nur weniger der Muss-... | 0 | |

Buttons at the bottom: Speichern & Schließen, Speichern, Abbrechen

7.1.1 Teilwahrscheinlichkeit für Kriterienkataloge

Die Gesamtwahrscheinlichkeit einer Verkaufschance berechnet sich aus den gewichteten Teilwahrscheinlichkeiten der Bereiche Ansprechpartner, Mitbewerber, Kriterienkatalog und Vertriebsprozess, siehe Kapitel "Wahrscheinlichkeitsberechnung" auf Seite 32.

Die Teilwahrscheinlichkeit für einen Kriterienkatalog ist das Verhältnis der Summe aller erreichten/ausgewählten/markierten Punkte zur Summe der maximal erreichbaren Punkte.

Beispiel

Kriterium 1

- Bewertung 1 Punkte: 20
- Bewertung 2 Punkte: 5
- Bewertung 3 Punkte: 55

Kriterium 2

- Bewertung 1 Punkte: 10
- Bewertung 2 Punkte: 12
- Bewertung 3 Punkte: 40

Kriterium 3

- Bewertung 1 Punkte: 34
- Bewertung 2 Punkte: 13
- Bewertung 3 Punkte: 27

Maximum: Kriterium 1: 55 + Kriterium 2: 40 + Kriterium 3: 34 = 129 (entspr. 100 %)

Bewertungen: Kriterium 1: 5 + Kriterium 2: 10 + Kriterium 3: 34 = 49

Wahrscheinlichkeit = $(49 * 100)/129 = 37,98 \%$, also 38 %

7.2 Vertriebsprozesse

In diesem Register erstellen Sie einen oder mehrere Vertriebsprozesse, veröffentlichen diese oder nehmen einen Vertriebsprozess zurück. Außerdem können Sie bestehende Vertriebsprozesse duplizieren.

Für Meilensteine und Aktivitäten können Sie beliebige Bezeichnungen und Zuordnungen wählen. Die Punkte für Aktivitäten können Sie beliebig vergeben.

- ✓ Mit den Schaltflächen **Neu** oder **Bearbeiten**.

Das Fenster **Vertriebsprozess bearbeiten** öffnet sich.

- ✓ Im Fenster **Vertriebsprozesse bearbeiten** legen Sie **Meilensteine** an.

Jeden Meilenstein können Sie einer Phase zuordnen. Wurde im Vertriebsprozess ein Meilenstein mit einer neuen Phase erreicht, so wird im Feld **Phase** im Register **Allgemein** der Verkaufschance automatisch die neue Phase eingetragen.

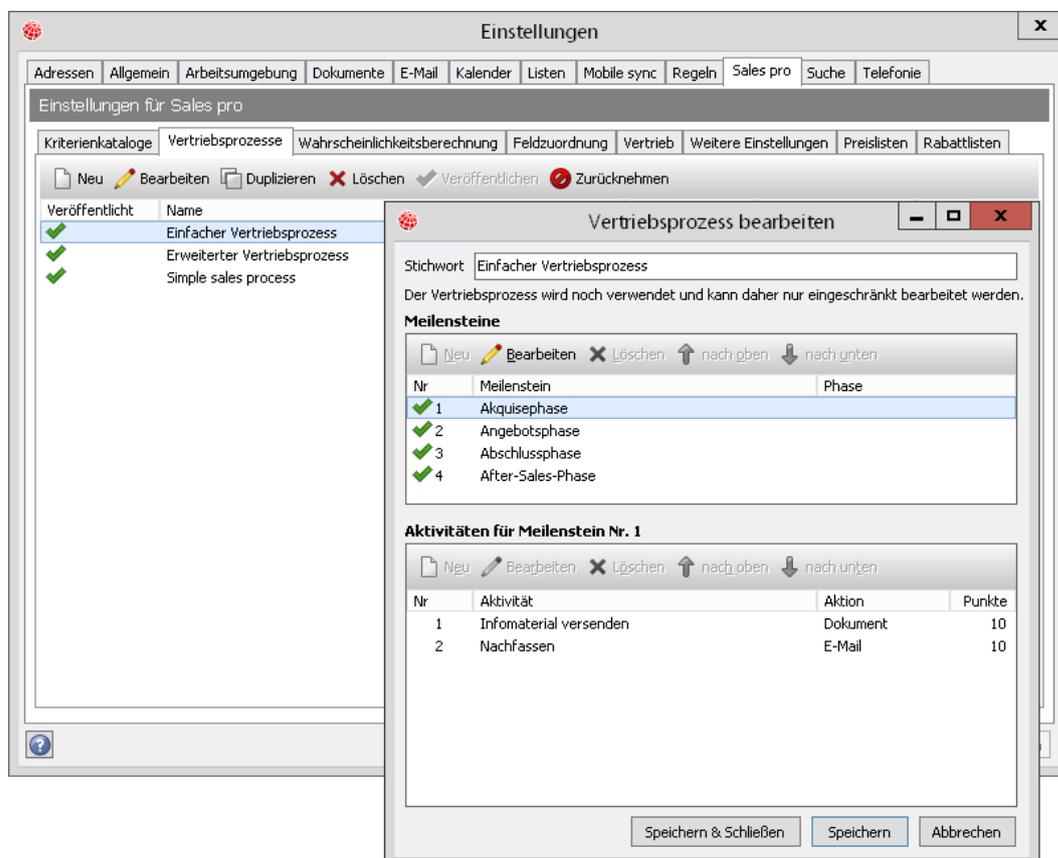
- ✓ Legen Sie für jeden Meilenstein entsprechende **Aktivitäten** an.

Eine Aktivität kann eine Aufgabe, ein Dokument, eine E-Mail, ein Projekt usw. sein. Für jede Aktivität können Sie eine **Vorlage** vorgeben.

Die Aktion **Sonstige** im Fenster **Aktivität** beruht nicht auf einem Datensatz-Typ von CAS genesisWorld. Daher lässt sich bei dieser Aktivität keine Vorlage angeben und in der Verkaufschance wird auch keine Schaltfläche eingeblendet, um einen solchen Datensatz anzulegen.

- ✓ Legen Sie **Punkte** für jede Aktivität fest.

Diese Punkte werden erzielt, wenn die Aktivität angelegt wurde.



Vertriebsprozess ändern

Verwendete Vertriebsprozesse können nicht geändert werden. Das Ändern von Vertriebsprozessen folgt daher den gleichen Prinzipien wie bei Kriterienkatalogen, siehe Kapitel "Kriterienkataloge" auf Seite 27.

7.2.1 Teilwahrscheinlichkeit für Vertriebsprozesse

Die Gesamtwahrscheinlichkeit einer Verkaufschance berechnet sich aus den gewichteten Teilwahrscheinlichkeiten der Bereiche Ansprechpartner, Mitbewerber, Kriterienkatalog und Vertriebsprozess, siehe Kapitel "Wahrscheinlichkeitsberechnung" auf Seite 32.

Die Teilwahrscheinlichkeit für einen Vertriebsprozess ist das Verhältnis der Summe aller erreichten/ausgewählten/markierten Punkte zur Summe der maximal erreichbaren Punkte.

Beispiel

Meilenstein 1

- Aktivität 1 Punkte: 4
- Aktivität 2 Punkte: 6
- Aktivität 3 Punkte: 1

Meilenstein 2

- Aktivität 1 Punkte: 3
- Aktivität 2 Punkte: 4
- Aktivität 3 Punkte: 1

Meilenstein 3

- Aktivität 1 Punkte: 1
- Aktivität 2 Punkte: 1
- Aktivität 3 Punkte: 7

Gesamt: 9 Prozessschritte mit einem Wert von insgesamt 28 Punkten= 100 %

Der Fortschritt nach 5 Prozessschritten ist 18.

Wahrscheinlichkeit = $(100 * 18)/28 = 64,28 \%$, also 64 %

7.3 Wahrscheinlichkeitsberechnung

Die Gesamtwahrscheinlichkeit einer Verkaufschance berechnet sich aus den gewichteten Teilwahrscheinlichkeiten der Bereiche Ansprechpartner, Mitbewerber, Kriterienkatalog und Vertriebsprozess.

Im Register **Wahrscheinlichkeitsberechnung** legen Sie fest, mit welchem Gewicht **Mitbewerber**, **Ansprechpartner**, **Kriterienkatalog** und **Vertriebsprozess** in die automatische Wahrscheinlichkeitsberechnung der Verkaufschance eingehen.

- ✓ Aktivieren Sie **Berechnete Wahrscheinlichkeit verwenden**.

Wenn Sie das Kontrollkästchen deaktivieren, ist die manuelle Eingabe einer Wahrscheinlichkeit in Verkaufschancen möglich.

Die Punkte der Gewichte können Sie zwischen 0 und 100 beliebig vergeben. Die Summe wird als 100 % angenommen.

Je nach Punkten ergeben sich dann die entsprechenden Prozentwerte, mit der das Gewicht in die berechnete Wahrscheinlichkeit für eine Verkaufschance eingeht.

Berechnung mit Beispielwerten

| Gewichtung % | Typ | Wahrscheinlichkeit % | = |
|--------------|-----------------------------|----------------------|-----|
| 30 | Ansprechpartner | 0 | 0 |
| 40 | Mitbewerber | 30 | 12 |
| 20 | Kriterienkatalog | 38 | 7,6 |
| 10 | Vertriebsprozessfortschritt | 64 | 6,4 |
| 100 | Summe | | 26 |

Berechnet wird jeweils $(\text{Gewichtung}/100) * \text{Wahrscheinlichkeit}$

Beispiel: $(20/100) * 38 = 7,6$

Als Gesamtwahrscheinlichkeit ergeben sich 26 %

7.4 Feldzuordnung

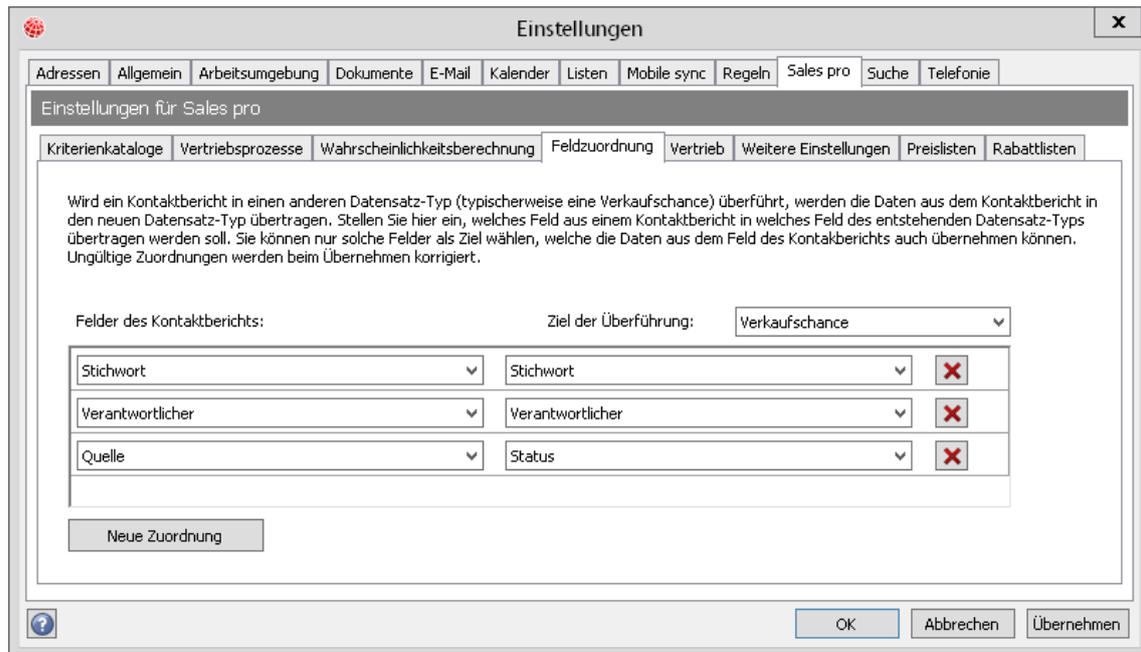
Aus einem Kontaktbericht kann im weiteren Verlauf des Vertriebsprozesses ein neuer Datensatz erzeugt werden. Das kann eine Verkaufschance, eine Aufgabe, ein Projekt usw. sein.

- ✓ Legen Sie über die Dropdown-Liste **Ziel der Überführung** fest, für welchen Datensatz-Typ Sie eine Zuordnung von Feldern vornehmen möchten.

Zuordnungen können Sie für mehrere Datensatz-Typen festlegen. Für jeden Datensatz-Typ ist eine Zuordnung möglich.

In der Liste **Felder des Kontaktberichts** wird angezeigt, welches Feld eines Kontaktberichts in welches Feld des neuen Datensatzes übertragen werden soll. Dabei werden immer nur Felder des gleichen Typs angeboten, d. h., Datumsfelder können beispielsweise immer nur Datumsfeldern zugeordnet werden.

- ✓ Klicken Sie auf **Neue Zuordnung**, um eine zusätzliche Zeile einzublenden.



Hinweise

Das Feld **Notizen** des Kontaktberichts wird immer in das gleiche Feld des neuen Datensatzes übertragen. Zusätzlich werden alle Werte in das Feld **Notizen** des neuen Datensatzes geschrieben, die im Kontaktbericht ausgefüllt sind, für die aber keine Zuordnung besteht.

Beim Erzeugen eines neuen Datensatzes aus einem Kontaktbericht werden nur die Datensatz-Typen angezeigt, zu denen es mindestens eine Feldzuordnung gibt.

Beispiel: Sie möchten aus einem Kontaktbericht ein Dokument erzeugen. Der Datensatz-Typ Dokument wird standardmäßig nicht angezeigt. Sie legen deshalb einfach eine Feldzuordnung fest, z. B. Stichwort nach Stichwort.

7.5 Vertrieb

In diesen Registern stellen Sie die Vertriebsstruktur Ihres Unternehmens ein.

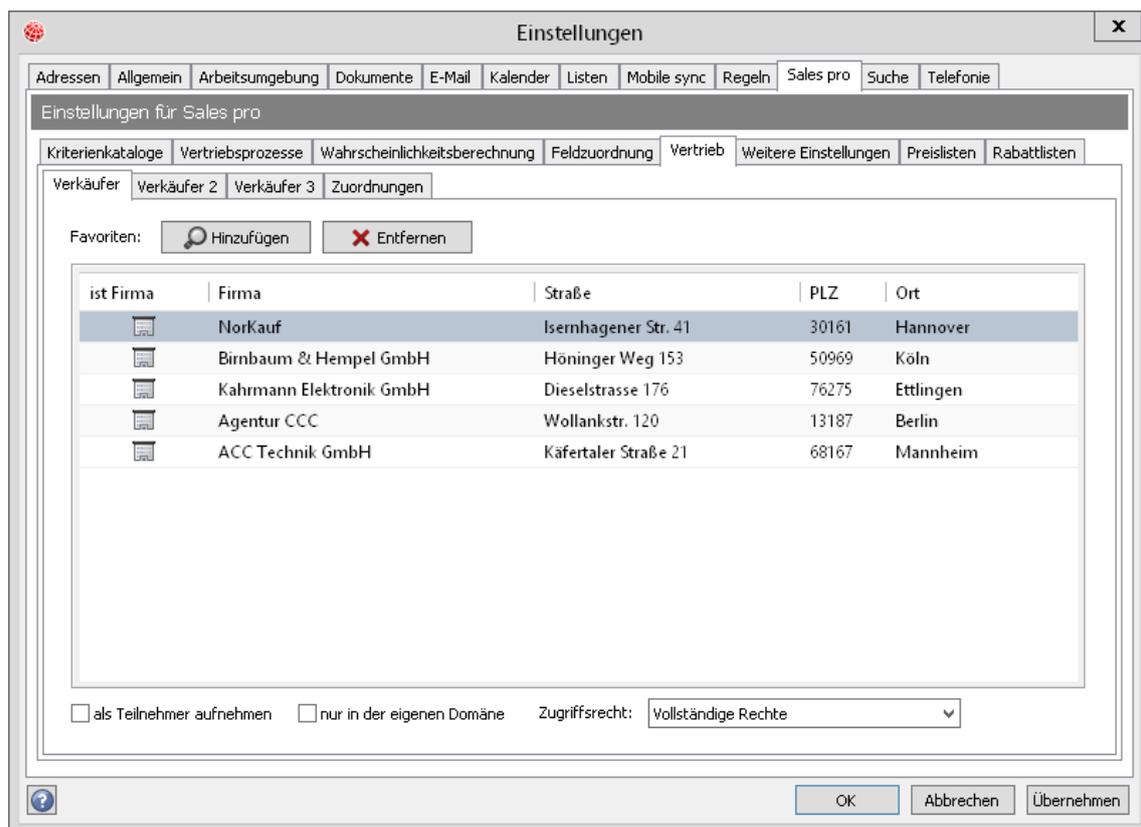
Dafür legen Sie **Favoriten** für die Felder **Verkäufer**, **Verkäufer 2** und **Verkäufer 3** fest. Im Register **Allgemein** der Verkaufschance wird durch die Festlegung von **Favoriten** Ihre bevorzugte Auswahl in der gewünschten Reihenfolge in der Dropdown-Liste bei **Verkäufer**, **Verkäufer 2** und **Verkäufer 3** angezeigt.

In die Register **Verkäufer**, **Verkäufer 2** und **Verkäufer 3** können Sie beliebige Adressen aus CAS genesisWorld aufnehmen. Wenn Sie Benutzer von CAS genesisWorld aufnehmen möchten, müssen Mitarbeiterdatensätze für diese Benutzer vorhanden sein.

Mitarbeiterdatensätze werden durch den Administrator angelegt. Fragen Sie ggf. Ihren Administrator.

Wird eine solche Adresse eines Benutzers für eines der Felder **Verkäufer**, **Verkäufer 2** oder **Verkäufer 3** gewählt, kann der entsprechende Benutzer als Teilnehmer in die Verkaufschance eingetragen werden.

- ✓ Aktivieren Sie **als Teilnehmer aufnehmen** und legen Sie die gewünschten **Zugriffsrechte** fest.
- ✓ Legen Sie im Register **Zuordnungen** Regeln zum automatischen Ausfüllen der Felder **Verkäufer**, **Verkäufer 2** und **Verkäufer 3** fest.



Beispiel

In Ihrem Unternehmen arbeiten Sie mit einem indirekten Vertrieb und vertreiben Ihre Produkte über Vertriebspartner.

Diese werden von einem Partnermanager betreut. Bei großen Projekten werden Partnermanager teilweise von einem Key Account Manager unterstützt.

Die Bezeichnungen werden vom Administrator angepasst, siehe Kapitel "Verknüpfungsarten ändern" auf Seite 43.

- **Verkäufer** wird zu **Vertriebspartner**.
- **Verkäufer 2** wird zu **Partnermanager**.
- **Verkäufer 3** wird zu **Key Account Manager**.

Anschließend können Sie im Register **Vertrieb** mit den angepassten Bezeichnungen arbeiten.

- ✓ Im Register **Vertriebspartner** wählen Sie mit der Schaltfläche Hinzufügen die entsprechenden Adressen.

Alle Adressen, die mit der Verknüpfungsart **Vertriebspartner** mit einem Datensatz verknüpft sind, werden im Register Vertriebspartner aufgeführt.

- ✓ In den Registern **Partnermanager** und **Key Account Manager** nehmen Sie die Adressen von allen internen Betreuern bzw. Benutzern auf usw.
- ✓ Im Register **Zuordnungen** legen Sie fest, welcher Partnermanager für welche Vertriebspartner zuständig ist und welcher Key Account Manager für welche Partnermanager.

Wenn Sie nun eine neue Verkaufschance anlegen und im Feld **Vertriebspartner** einen bestimmten Partner wählen, werden automatisch die Benutzer **Partnermanager** und **Key Account Manager** in die entsprechenden Felder eingetragen.

- ✓ Wenn Sie die Option **Teilnehmer** in den Registern **Partnermanager** und **Key Account Manager** aktiviert haben, werden diese Benutzer ebenfalls automatisch als Teilnehmer in die Verkaufschance eingetragen.

Auswertungen für Verkaufschancen sind so bezogen auf **Vertriebspartner**, **Partnermanager** und **Key Account Manager** ebenfalls leicht möglich.

Hinweise

Ist der an CAS genesisWorld angemeldete Benutzer in einem Register **Verkäufer** als Favorit eingetragen, wird dieser Benutzer beim Anlegen einer Verkaufschance automatisch in das entsprechende Feld eingetragen.

Ist der Benutzer in mehreren Registern **Verkäufer** eingetragen, wird er nur in ein Feld der Verkaufschance eingetragen.

Die Register **Verkäufer**, **Verkäufer 2** und **Verkäufer 3** werden als absteigende Priorität betrachtet: Ist der angemeldete Benutzer im Register **Verkäufer** und im Register **Verkäufer 3** eingetragen, wird er in der Verkaufschance nur im ersten Feld eingetragen.

Wird in einer Verkaufschance ein Verkäuferfeld durch das obige Vorgehen bereits mit dem angemeldeten Benutzer vorbelegt, dann ist das automatische Eintragen der weiteren Verkäufer nicht aktiv.

Entfernen Sie dann den bereits eingetragenen Verkäufer und wählen Sie erneut aus den Favoriten für die Verkäuferfelder. Dann ist das automatische Eintragen wieder aktiv.

7.6 Weitere Einstellungen

In diesem Register legen Sie verschiedene Einstellungen für Kontaktberichte und Verkaufschancen fest.

- ✓ Mit der Option **Der Kontaktbericht muss vor dem Speichern mit einer Adresse verknüpft sein** legen Sie fest, ob ein Kontaktbericht mit einer Adresse verknüpft werden muss.

Wenn Sie die Option aktivieren, kann ein Kontaktbericht ohne eine verknüpfte Adresse nicht gespeichert werden.

- ✓ Wenn Sie die Option **Beim Erzeugen einer Verkaufschance aus einem Kontaktbericht auf mögliche Dubletten prüfen** aktivieren, vermeiden Sie doppelt verknüpfte Verkaufschancen bei Adressen.

Wenn Sie eine Verkaufschance aus einem Kontaktbericht erzeugen, öffnet sich das Fenster **Im Umfeld des Kontakts wurden Verkaufschancen gefunden**. Sie können wählen, ob Sie eine neue Verkaufschance erzeugen oder eine vorhandene Verkaufschance übernehmen.

Grundsätzlich werden bei dieser Dublettenprüfung alle Verkaufschancen aller Adressen angezeigt, die mit dem Kontaktbericht verknüpft sind.

- ☒ Damit nicht alle vorhandenen Verkaufschancen überprüft werden, können Sie die Menge der zu prüfenden Verkaufschancen mit einem Filter einschränken.

- ✓ Mit **Die Felder "Verantwortlicher" und "Stellvertreter" in der Verkaufschance ausblenden** stellen Sie ein, ob Verantwortlicher und Stellvertreter in der Verkaufschance angezeigt werden sollen.

- ✓ Mit der Option **Sortierungsreihenfolge der Bezeichnung** legen Sie fest, nach welchen Feldern die Listen in den Registern **Verkäufer**, **Verkäufer 2** und **Verkäufer 3** sortiert werden sollen.

Dies kann bei umfangreichen Listen hilfreich sein.

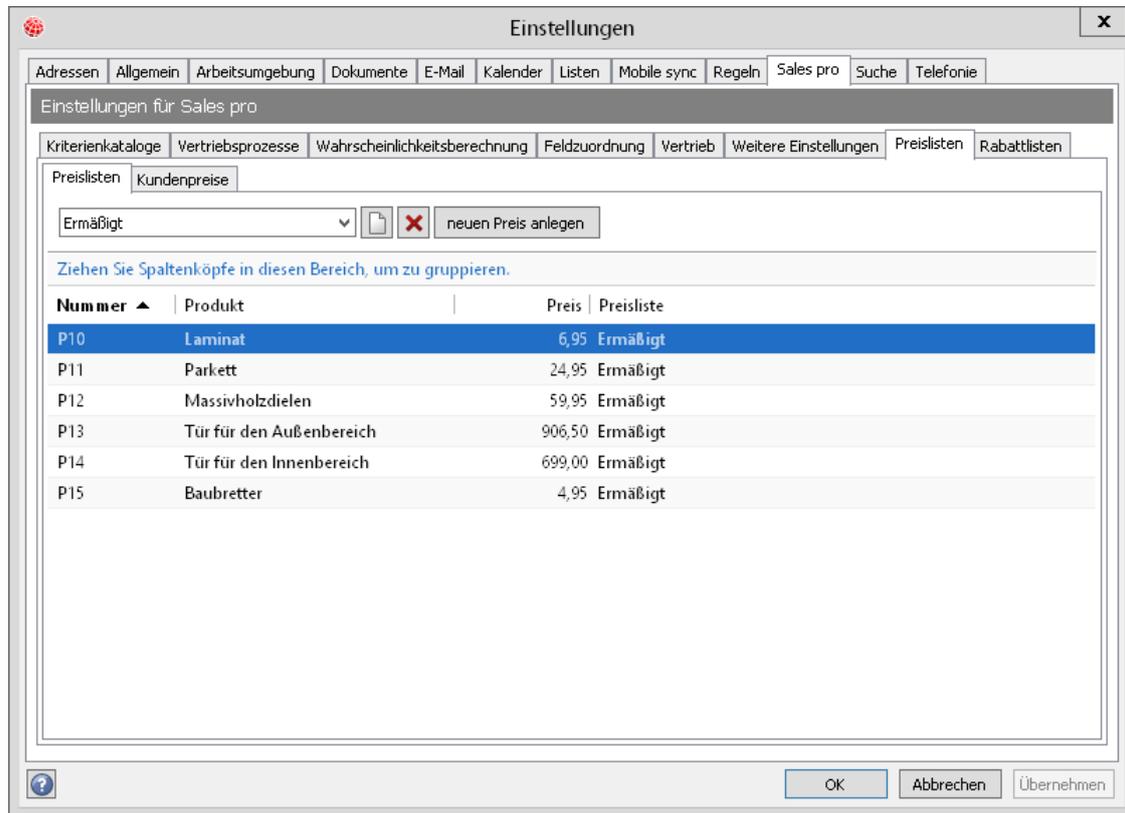
7.7 Preislisten

Mit Preislisten legen Sie ermäßigte Preise für bestimmte Produkte fest. Die Preise lassen sich nach der Mindestmenge staffeln. So können Sie für dasselbe Produkt unterschiedliche Stückpreise je nach Abnahmemenge festlegen.

Beispiel

Sie verkaufen einen Bodenbelag für 9,95 Euro pro Quadratmeter.

Bei einer Abnahmemenge ab 10 Quadratmeter reduziert sich der Preis pro Quadratmeter auf 6,95 Euro und bei einer größeren Abnahmemenge auf 4,95 Euro.

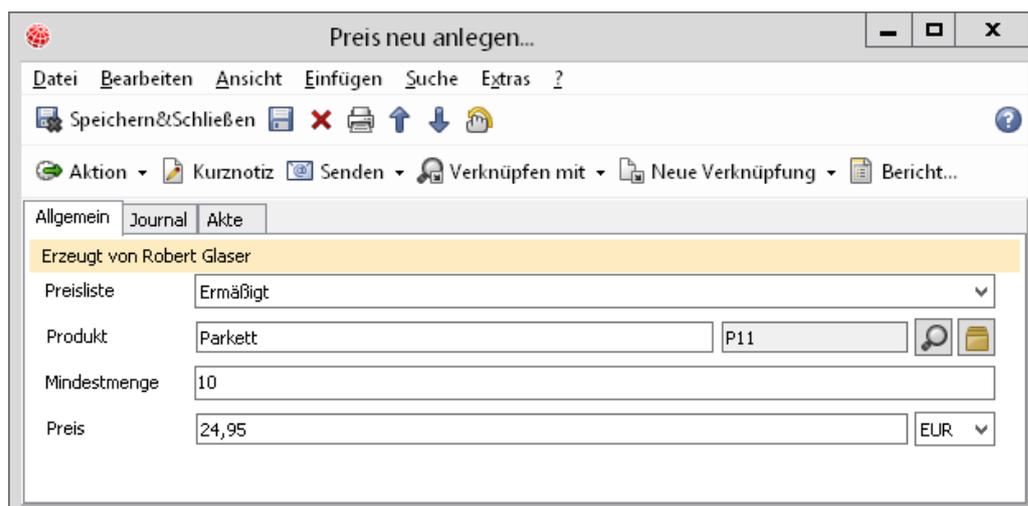


Register Preislisten

📄 Klicken Sie auf **Neue Preisliste anlegen** und geben Sie den Namen der Preisliste ein.

Die neue Preisliste wird anschließend ausgewählt und angezeigt.

✗ Mit Klick auf **Preisliste löschen** entfernen Sie die ausgewählte Preisliste.



- ✓ Mit der Schaltfläche **Neuen Preis anlegen** öffnen Sie das Fenster **Preis neu anlegen**.
- ✓ Wählen Sie die **Preisliste**.
- ✓ Geben Sie den Namen des Produktes ein oder klicken Sie auf die Schaltfläche **Produkt suchen**, um ein Produkt zu wählen.

Sie müssen den Namen des Produktes nicht vollständig eingeben, die ersten Buchstaben genügend. Wenn Sie anschließend in ein anderes Feld klicken, wird der Produktname automatisch vervollständigt. Sollten die eingegebenen Buchstaben nicht eindeutig zugeordnet werden können, öffnet sich ein Fenster, in dem Sie das Produkt auswählen können.

Gefunden werden nur die Produkte, die zum Suchfilter für Produkte in den Modulen Sales, Project und Helpdesk passen. In der Standardeinstellung sind das alle Produkte, bei denen die Option **Aktiv** im Register **Allgemein** gewählt wurde. Diese Einstellung ändert der Administrator in der Management Konsole. Fragen Sie ggf. Ihren Administrator.

- ✓ Legen Sie die **Mindestmenge** fest.
- ✓ Tragen Sie den **Preis** ein, der für das gewählte Produkt bei der festgelegten Mindestmenge gilt.

Register Kundenpreise

Im Register **Kundenpreise** sehen Sie für bestimmte Kunden individuell festgelegte Preislisten. Diese Preislisten legen Sie in den entsprechenden Adress-Datensätzen im Register **Details** fest.

Der Kundenpreis wird immer berücksichtigt, unabhängig davon, ob noch weitere Preislisten bei einem Kunden vorhanden sind.

Der Bereich **Preise und Rabatte** im Register **Details** bzw. Register **Abrechnung** wird bei Firmen und Einzelkontakten angezeigt.

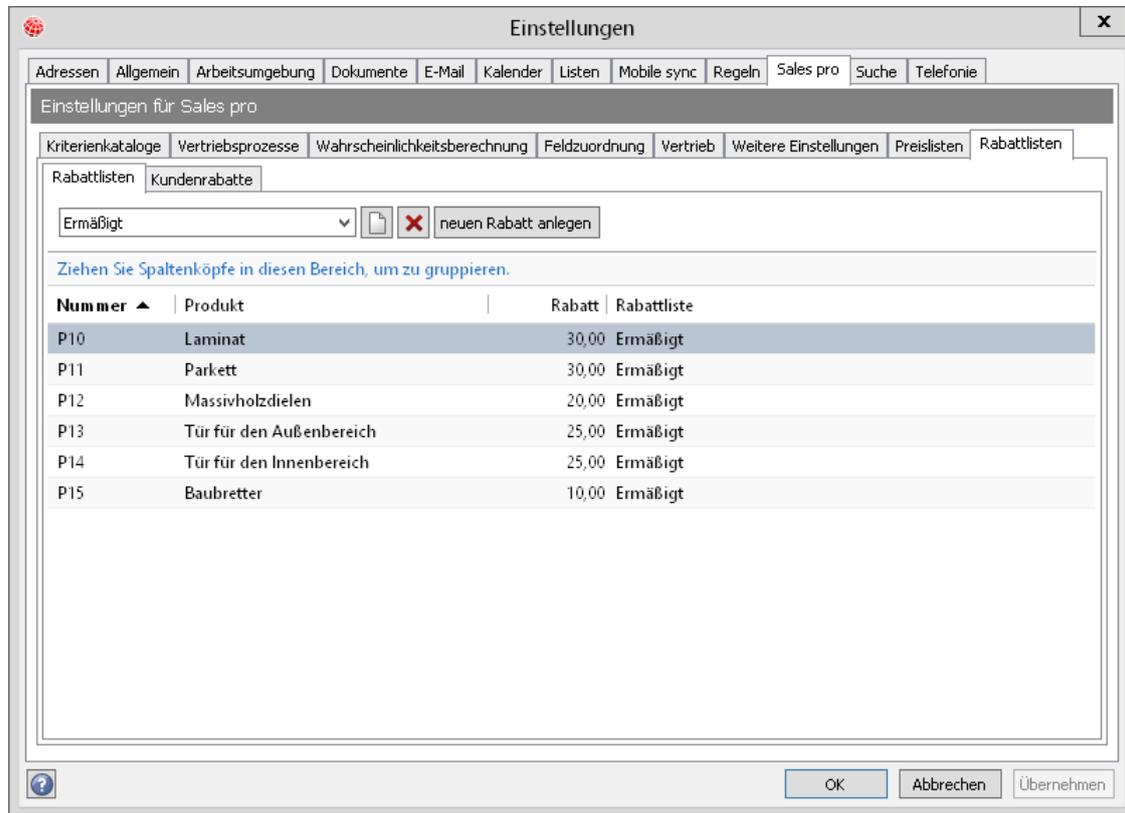
Ist Sales pro bei einem Anwender nicht lizenziert, wird der Bereich **Preise und Rabatte** bei Firmen und Einzelkontakten nicht angezeigt. Trotzdem werden eingetragene Preise und Rabatte bei diesen Anwendern berücksichtigt, wenn sie eine Verkaufschance mit einem Kunden anlegen und Preise bzw. angebotene Preise berechnen lassen.

Wenn Sie das Modul Easy Invoice nutzen, legen Sie die Kundenpreise im Register **Abrechnung** fest.

7.8 Rabattlisten

Mit Rabattlisten legen Sie prozentuale Rabatte für bestimmte Produkte fest. Genau wie Preislisten können auch Rabatte nach der Mindestmenge gestaffelt werden.

Der Rabatt beeinflusst automatisch den angebotenen Preis. Wenn Sie z. B. ab einer Abgabemenge von 10 Quadratmetern 10 % Rabatt anbieten, wird der Rabatt bei einer entsprechenden Mengenangabe automatisch berechnet.



Register Rabattlisten

📄 Klicken Sie auf **Neue Rabattliste anlegen** und geben Sie den Namen der Rabattliste ein.

Die neue Rabattliste wird anschließend ausgewählt und angezeigt.

✗ Mit Klick auf **Rabattliste löschen** entfernen Sie die ausgewählte Rabattliste.



- ✓ Mit der Schaltfläche **Neuen Rabatt anlegen** öffnen Sie das Fenster **Rabatt neu anlegen**.
- ✓ Wählen Sie die **Rabattliste**.
- ✓ Geben Sie den Namen des Produktes ein oder klicken Sie auf die Schaltfläche **Produkt suchen**, um ein Produkt zu wählen.

Sie müssen den Namen des Produktes nicht vollständig eingeben, die ersten Buchstaben genügen. Wenn Sie anschließend in ein anderes Feld klicken, wird der Produktname automatisch vervollständigt.

Sollten die eingegebenen Buchstaben nicht eindeutig zugeordnet werden können, öffnet sich ein Fenster, in dem Sie das Produkt auswählen können.

Gefunden werden nur die Produkte, die zum Suchfilter für Produkte in den Modulen Sales, Project und Helpdesk passen. In der Standardeinstellung sind das alle Produkte, bei denen die Option **Aktiv** im Register **Allgemein** gewählt wurde. Diese Einstellung ändert der Administrator in der Management Konsole. Fragen Sie ggf. Ihren Administrator.

- ✓ Legen Sie die **Mindestmenge** fest.
- ✓ Tragen Sie den **Rabatt** ein, der für das gewählte Produkt bei der festgelegten Mindestmenge gilt.

Register Kundenrabatte

Im Register **Kundenrabatte** sehen Sie für bestimmte Kunden individuell festgelegte Rabattlisten. Diese Rabattlisten legen Sie in den entsprechenden Adress-Datensätzen im Register **Details** fest.

Der Bereich **Preise und Rabatte** im Register **Details** bzw. Register **Abrechnung** wird bei Firmen und Einzelkontakten angezeigt.

Ist Sales pro bei einem Anwender nicht lizenziert, wird der Bereich **Preise und Rabatte** bei Firmen und Einzelkontakten nicht angezeigt. Trotzdem werden eingetragene Preise und Rabatte bei diesen Anwendern berücksichtigt, wenn sie eine Verkaufschance mit einem Kunden anlegen und Preise bzw. angebotene Preise berechnen lassen.

Wenn Sie das Modul Easy Invoice nutzen, legen Sie die Kundenrabattlisten im Register **Abrechnung** fest.

8 Einstellungen in der Management Konsole

Der Administrator kann in der Management Konsole einige Einstellungen für das Modul Sales pro vornehmen und ändern.

8.1 Lizenzen für Sales pro

Für das Modul Sales pro ist eine eigene Lizenz notwendig. Benutzer ohne Lizenz haben keinen Zugriff auf die entsprechenden Funktionen. Für Benutzer, die die speziellen Funktionen von Sales pro verwenden sollen, muss entsprechend die Lizenz in der Management Konsole freigeschaltet werden.

Nur Benutzer mit der Lizenz für Sales pro haben Zugriff auf folgende Funktionen.

- Zugriff auf den Datensatz-Typ Kontaktberichte
- Zugriff auf die Register **Ansprechpartner, Mitbewerber, Kriterienkatalog und Verkaufsprozess**
- Zugriff auf die Ansichten zur Auswertung für Verkaufschancen

Dieser Zugriff bedeutet immer, dass entsprechende Datensätze und Ansichten angelegt, geändert und gesehen werden - abhängig von den sonst eingestellten Rechten für einen Benutzer.

- Nur Benutzer mit einer Lizenz für Sales pro können das Recht besitzen, Einstellungen im Desktop-Client für Sales pro vorzunehmen.
- Benutzer ohne Lizenz sehen weiterhin Verkaufschancen, aber ohne die oben beschriebenen Erweiterungen, d. h.

ohne Möglichkeit, die berechnete Wahrscheinlichkeit zu verwenden bzw. eine berechnete Wahrscheinlichkeit zu ändern

ohne die Felder **Verkäufer, Verkäufer 2 und Verkäufer 3**

ohne die Register **Ansprechpartner, Mitbewerber, Kriterienkatalog und Verkaufsprozess**.

8.1.1 Sales pro: Administrator

Üblicherweise legt nur einer der Benutzer die Vertriebsstruktur fest, erstellt und pflegt Kriterienkataloge und Prozesse usw. Dieser Benutzer muss in der Management Konsole das spezielle Recht dafür erhalten. Alle weiteren Einstellungen für Sales pro nimmt der Benutzer mit dem speziellen Administrationsrecht im Desktop-Client vor.

- ✓ Öffnen Sie die **Management Konsole** im Bereich **Benutzerverwaltung**.
- ✓ Öffnen Sie das Fenster **Eigenschaften** des gewünschten Benutzers.
- ✓ Aktivieren Sie im Register **Weitere Rechte** die Option **Sales pro: Administrator**.

Der entsprechende Benutzer für die Verwaltung des Sales pro Moduls kann im Desktop-Client Einstellungen und Vorgaben für Sales pro festlegen: Der Benutzer klickt im Menü **Extras** auf **Einstellungen**. Im gleichnamigen Fenster **Einstellungen** ist dann das Register **Sales pro** verfügbar.

8.2 Verknüpfungsarten ändern

In der Management Konsole können die Bezeichnungen für die **Favoriten Verkäufer**, **Verkäufer 2** und **Verkäufer 3** angepasst werden. So kann die Bezeichnung der Verknüpfungsarten **Verkäufer**, **Verkäufer 2** und **Verkäufer 3** individuell an die Vertriebsstruktur Ihres Unternehmens angepasst werden.

- ✓ Öffnen Sie die **Management Konsole** im Bereich **Sonstiges**.
- ✓ Öffnen Sie im Bereich **Verknüpfungen** das Register **Verknüpfungsarten**.
- ✓ Wählen Sie über das Dropdown-Menü die Verknüpfungsarten für **Verkaufschancen**.
- ✓ Wählen Sie die zu ändernde Verknüpfungsart, z. B. **Verkäufer**.
-  Klicken Sie auf **Ändern** und passen Sie die Bezeichnung an.
Bezeichnungen können für alle Sprachen angepasst werden.
- ✓ Klicken Sie **Ok**, um die Änderungen zu speichern.

Beispiel

In Ihrem Unternehmen arbeiten Sie mit einem indirekten Vertrieb und vertreiben Ihre Produkte über Vertriebspartner.

Diese werden von einem Partnermanager betreut. Bei großen Projekten werden Partnermanager teilweise von einem Key Account Manager unterstützt. Daher ändern Sie die Bezeichnungen.

- **Verkäufer** wird zu **Vertriebspartner**.
- **Verkäufer 2** wird zu **Partnermanager**.
- **Verkäufer 3** wird zu **Key Account Manager**.
- ✓ Im Desktop-Client werden dann im Register **Vertriebspartner** alle Vertriebspartner aufgeführt.
In diesem Register wählen Sie mit der Schaltfläche **Hinzufügen** die entsprechenden Adressen.
- ✓ In den Registern **Partnermanager** und **Key Account Manager** nehmen Sie die Adressen von allen internen Betreuern bzw. Benutzern auf usw.
- ✓ Im Register **Zuordnungen** legen Sie fest, welcher Partnermanager für welche Vertriebspartner zuständig ist und welcher Key Account Manager für welche Partnermanager.
- ✓ Wenn Sie nun eine neue Verkaufschance anlegen und im Feld **Vertriebspartner** einen bestimmten Partner wählen, werden automatisch die Benutzer **Partnermanager** und **Key Account Manager** in die entsprechenden Felder eingetragen.

- ✓ Wenn Sie die Option **Teilnehmer** in den Registern **Partnermanager** und **Key Account Manager** aktiviert haben, werden diese Benutzer ebenfalls automatisch als Teilnehmer in die Verkaufschance eingetragen.
- ✓ Auswertungen für Verkaufschancen sind so bezogen auf **Vertriebspartner, Partnermanager** und **Key Account Manager** ebenfalls leicht möglich.

8.3 Währungseinstellungen

Der Umrechnungskurs von Währungen und welche Währungen in der Dropdown-Liste der Ansicht **Auswertung von Verkaufschancen** angezeigt werden, wird vom Administrator in der Management Konsole festgelegt.

- ✓ Öffnen Sie die **Management Konsole** im Bereich **Sonstiges**.
- ✓ Öffnen Sie das Register **Währungen**.
- 📄 Mit **Neu** legen Sie neue Währungen an.
- ✓ Klicken Sie auf **Ändern**, um Anpassungen an Währungen und dem entsprechenden Umrechnungskurs vorzunehmen.

9 Besonderheiten bei Modulen

9.1 Easy Invoice

Wenn Sie das Modul Easy Invoice nutzen, legen Sie die Kundenpreise für Adressen im Register **Abrechnung** fest.

9.2 Exchange sync

In Vertriebsprozessen können Termine als **Aktivität** mit einer **Vorlage** angelegt werden. Dies ist im gemeinsamen Einsatz mit Exchange sync nicht möglich.

9.3 Geomarketing

Wenn Sie Sales pro einsetzen, können Kontaktberichte in Karten angezeigt werden. Dafür müssen Kunden in den Kontaktberichten eingetragen sein und die entsprechenden Adressen müssen georeferenziert sein.

9.4 Replikation

Kontaktberichte und Verkaufschancen werden mit allen Verknüpfungen repliziert. Dies betrifft alle Verknüpfungsarten z. B. zu Kunden, Ansprechpartnern usw.

Die Replikation dieser Verknüpfungen lässt sich nicht deaktivieren.

Kriterienkataloge und Vertriebsprozesse werden immer als Ganzes repliziert.

9.5 Report

Für Auswertungen von Kontaktberichten können individuelle Berichtsvorlagen erstellt und vorhandene Berichtsvorlagen bearbeitet werden.