

Abschnitt	Frage
Strukturaufbau	Haben Sie die grundsätzlichen Vertriebskennzahlen festgelegt?
Strukturaufbau	Haben Sie Potenzialfelder definiert und die Potenzialqualifikation (sind die Felder lukrativ?) durchgeführt?
Leadentwicklung	Haben Sie den Prozess zur Leadgewinnung festgelegt und mit dem Team die Verantwortlichkeiten und System vereinbart?
Leadentwicklung	Wie gewinnen Sie monatlich neue Adressen aus dem neuen lukrativen Potenzialfeld als Basismaterial?
Leadentwicklung	Wie gewinnen Sie monatlich neue Kontakte aus dem neuen lukrativen Potenzialfeld?
Angebotsprozess	Wie gewinnen Sie monatlich neue echte Interessenten aus dem neuen lukrativen Potenzialfeld?
Angebotsprozess	Haben Sie den Angebotsprozess entwickelt und mit dem Team die Verantwortlichkeiten und System vereinbart?
Controlling	Haben Sie Kennzahlen für den Angebotsprozess entwickelt?
Controlling	Erstellen die Mitarbeiter Wochen- und/oder Monatsberichte?
Vertriebsforecast	Finden regelmäßig protokollierte Vertriebsbesprechungen statt und sind die Verantwortlichkeiten/System vereinbart?
Vertriebsforecast	Haben Sie Benchmarks vereinbart?
Vertriebsforecast	Haben Sie den Sales Funnel festgelegt?

Abschnitt	Frage
Struktur	Wurde eine verantwortliche Person für die Kunden-/ Patientengewinnungsprozesse definiert?
Struktur	Sind die notwendigen zeitlichen und finanziellen Ressourcen für den Prozess bestimmt und werden sie bereitgestellt?
Struktur	Ist ein Steuerungskreis für die Kunden-/ Patientengewinnungsprozesse bestimmt und trifft sich dieser in einem geeigneten Intervall regelmäßig?
Struktur	Sind die digitalen Angebote (Webshop, Landing Pages, Webseiten, Portale, Social Media etc.) definiert, permanent aktualisiert und aufgelistet?
CI Basis	Verfügt das Unternehmen / die Praxis über ein einprägsames Logo und ist dieses in allen internen wie externen Medien präsent?
CI Basis	Verfügt das Unternehmen / die Praxis über einen einprägsamen und wieder erkennbaren Claim/-slogan?
CI Basis	Verfügt das Unternehmen / die Praxis über eine definierte Typografie, die auch von allen Mitarbeitern sicher angewandt wird und von der Außenwelt immer mit Ihrem Unternehmen in Verbindung gebracht wird?
CI Basis	Haben Sie eine unternehmenseigene Farb- und Bilderwelt vereinbart, die verlässlich verwendet wird?
Kundendialog Customer Experience	Ist das Unternehmen in allen digitalen Touchpoints (also Internetseiten / Portalen) präsent?
Kundendialog Customer Experience	Ist den Mitarbeitern bekannt, wann, wen und wie Sie Einladungen zur Bewertung auf einem der Bewertungsportale aussprechen sollen?
Kundendialog Customer Experience	Werden die Bewertungen auf den Bewertungsportalen kontinuierlich überwacht und wird auf schlechte Bewertungen mit geeigneten Maßnahmen reagiert?
Kundendialog Customer Experience	Werden entlang der Customer Journey, also des Weges von der Erstkontaktaufnahme bis zum After Sales Verkäufe und Cross Selling systematisch stimuliert?
Kundendialog Customer Experience	Wurden geeignete Kennzahlen (z.B. Userzahlen, Bewertungen pro Monat) entlang der Customer Journey entwickelt und werden diese systematisch überwacht?
Vertriebsteuerung	Haben Sie Potenzialfelder definiert und die Potenzialqualifikation (sind die Felder lukrativ?) durchgeführt, ist also klar, was Sie verkaufen wollen?
Vertriebsteuerung	Haben Sie den Prozess zur Leadgewinnung, also der Entwicklung neuer Interessenten festgelegt und mit dem Team vereinbart?
Vertriebsteuerung	Wie gewinnen Sie monatlich neue Adressen aus dem neuen lukrativen Potenzialfeld als Basismaterial?
Vertriebsteuerung	Haben Sie den Angebotsprozess entwickelt und mit dem Team die Verantwortlichkeiten und das System vereinbart?
Vertriebsteuerung	Haben Sie Kennzahlen für den Angebotsprozess pro Potenzialfeld entwickelt?
Vertriebsteuerung	Erstellen die Mitarbeiter Wochen- und/oder Monatsberichte?
Vertriebsteuerung	Finden regelmäßig protokollierte Vertriebsbesprechungen statt und sind die Verantwortlichkeiten, das System vereinbart?
Vertriebsteuerung	Haben Sie Benchmarks vereinbart?
Vertriebsteuerung	Haben Sie den Sales Funnel festgelegt?

LDA-DS-GVO	Existiert das Bewusstsein im Unternehmen, dass Datenschutz Chefsache ist?
LDA-DS-GVO	Existiert in Ihrem Unternehmen bereits ein betrieblicher oder externer Datenschutzbeauftragter?
LDA-DS-GVO	Haben Sie ein Verzeichnis Ihrer Verarbeitungstätigkeiten gem. Art. 30 DS-GVO erstellt?
LDA-DS-GVO	Wie haben Sie sichergestellt, dass datenschutzrechtliche Belange bei Beginn oder Änderung eines jeden Prozesses in Ihrem Unternehmen Berücksichtigung finden (Privacy by Design -Art. 25 DS-GVO)?
LDA-DS-GVO	Haben Sie zur Erledigung Ihrer Arbeiten externe Auftragsverarbeiter eingebunden?
LDA-DS-GVO	Haben Sie Ihre Texte zur datenschutzrechtlichen Information der betroffenen Personen bei der Datenerhebung an die Anforderungen nach Art. 13 bzw. 14 DS-GVO angepasst?
LDA-DS-GVO	Haben Sie ein Verfahren eingerichtet, um Anträge von betroffenen Personen auf Auskunft zu den eigenen Daten nach Art. 15 DS-GVO zeitnah und vollständig erfüllen zu können (Art. 12 Abs. 1 DS-GVO)?
LDA-DS-GVO	Haben Sie Verfahren eingerichtet, um Anträge auf Datenübertragbarkeit betroffener Personen erfüllen zu können (Art. 20 DS-GVO)?
LDA-DS-GVO	Gibt es für jede Verarbeitungstätigkeit Angaben, mit der Sie die Rechtmäßigkeit Ihrer Verarbeitung nachweisen können, z.B. bezüglich Zwecken, Kategorien personenbezogener Daten, Empfängern und/oder Löschfristen (Art. 5 Abs. 2 DS-GVO)?
LDA-DS-GVO	Haben Sie Ihre bestehenden Prozesse zur Überprüfung der Sicherheit der Verarbeitung auf die neuen Anforderungen des Art. 32 DS-GVO angepasst?
LDA-DS-GVO	Haben Sie sich auf die evtl. Notwendigkeit der Durchführung einer Datenschutz-Folgenabschätzung vorbereitet?
LDA-DS-GVO	Haben Sie Ihr individuelles Risiko in Bezug auf die Folgen von Datenrechtsverletzungen und der Cyber-Kriminalität ermittelt und haben Sie sich in punkto einer angepassten Lösung zur Absicherung von Restrisiken beraten lassen?
LDA-DS-GVO	Ist die Meldung von Verletzungen des Schutzes personenbezogener Daten an die Aufsichtsbehörde geregelt?
LDA-DS-GVO	Werden Mitarbeiter, die mit personenbezogenen Daten arbeiten, auf das Datengeheimnis verpflichtet?
LDA-DS-GVO	Werden Mitarbeiterdaten nur mit schriftlicher Zustimmung oder gar nicht veröffentlicht (z.B. im Internet, Mitarbeiter-/ Unternehmenszeitung)?
LDA-DS-GVO	Welche Festlegungen bestehen zur privaten Nutzung dienstlicher Kommunikationsmittel (Telefon/Handy, Smartphone, PC/Laptop, Internet, E-Mails)?
LDA-DS-GVO	Ist die Verwendung privater Kommunikationsmittel für dienstliche Zwecke erlaubt (Smartphone, Laptop)?
LDA-DS-GVO	Haben Sie ein Datenschutzmanagementsystem installiert, um sicherzustellen und den Nachweis erbringen zu können, dass Ihre Verarbeitung gemäß der DS-GVO erfolgt (Art 24 Abs. 1 DS-GVO)?
LDA-DS-GVO	Verwenden Sie auf Ihrer Homepage ein gesetzeskonformes Impressum und eine gesetzeskonforme Datenschutzerklärung?

Zukunft: Kundennetzwerk entwickeln 4.0	Ist der schnelle und einfache (digitale) Zugang gewährleistet?
Zukunft: Kundennetzwerk entwickeln 4.0	Sind die Angebote und Informationen eine Quelle wertvoller und inspirierender Inhalte?
Zukunft: Kundennetzwerk entwickeln 4.0	Sind die Angebote auf die Bedürfnisse der Kunden / Patienten angepasst?
Zukunft: Kundennetzwerk entwickeln 4.0	Sind Sie Gesprächsthema Ihrer Kunden / Patienten (Vernetzung)?
Zukunft: Kundennetzwerk entwickeln 4.0	Laden Sie Ihre Kunden / Patienten ein am Aufbau Ihres Unternehmens / Ihrer Praxis mitzuwirken (Zusammenarbeit)?

Abschnitt	Frage
Wettbewerb	Zeichnet sich Ihre Unternehmung durch eine klare Unterscheidung vom Wettbewerb aus?
Kommunikationsmittel	Wenden Sie systematisch verschiedene Kommunikationsmittel an, um Ihr Angebot für jeden erlebbar zu machen?
Neuen Medien	Wird Ihr Unternehmen auch in den neuen Medien (Facebook, Xing, Twitter etc.) vom Kunden wahrgenommen?
Marketingaktionen	Überraschen Sie mit Ihrem Unternehmen die Kunden immer wieder mit sehr attraktiven Marketingaktionen?
Image	Hat Ihr Unternehmen ein sehr gutes Image (Produkt/Marke) und wird dies gemessen?
Kundengewinnungsstrategien	Nutzt das Unternehmen außergewöhnlich erfolgreiche Kundengewinnungsstrategien ?
Kundengewinnung	Haben Sie den Prozess vom ersten Kundenkontakt bis zum erfolgreichen Kauf hervorragend im Griff?
Preisstrategie	Hat Ihr Unternehmen eine klare Preisstrategie festgelegt und wird diese von Ihren Kunden gut aufgenommen?
Zielgruppen	Haben Sie Ihr Angebot auf klare Zielgruppen ausgerichtet und sind diese lukrativ?
Corporate Design	Ist das äußere Erscheinungsbild (Corporate Design) Ihrer Unternehmung klar definiert und in der Außendarstellung durchgängig eingehalten?

Abschnitt	Frage
Logo	Haben Sie ein einprägsames Logo und ist dieses in allen internen wie externen Medien präsent?
Slogan	Verfügen Sie über einen Unternehmensclaim/-slogan?
Typo	Verfügen Sie über eine konkludente Farb- und Bilderwelt, die auch von allen Mitarbeitern sicher angewandt wird und von der Außenwelt immer mit Ihrem Unternehmen in Verbindung gebracht wird?
Farb- und Bilderwelt	Haben Sie eine unternehmenseigene Hausschrift vereinbart, die in jeder Korrespondenz verlässlich verwendet wird?
Gestaltungselemente	Haben Sie eine unternehmenseigene Bilderwelt vereinbart, die verlässlich verwendet wird?
Persönlicher Stil	Haben Sie eine unternehmenseigene Farbauswahl vereinbart, die verlässlich verwendet wird?

Abschnitt	Frage
Verantwortung	Gibt es in Ihrer Firma eine klar definierte Ansprechperson, die als PR-Referent/-in auftritt und sich um die Öffentlichkeitsarbeit kümmert?
Strategie	Verfügen Sie über klare und gut formulierte Ziele und Positionspapiere?
Basis	Stellen Sie allen relevanten Mitarbeitern sprachlich ansprechende und authentische Wordings zur Verfügung und kann jeder darauf zugreifen?
Basis	Achten Sie auf eine korrekte sprachliche wie orthografische Umsetzung jedes schriftlichen Auftritts?
News	Betreiben Sie eine regelmäßige Informationspolitik und bedienen Sie dabei mehrere Kanäle (Pressemeldungen, Newsletter, Pressenachmittag/-konferenz, Produktpräsentationen, Vorträge, Social Media)?
News	Werden die Informationsmappen über das Unternehmen mit den CVs der Unternehmensführer und Produktinformationen stets aktualisiert?
News	Werden aktiv innovative Marketingmaßnahmen (Social Media, Dialog etc.) zur öffentlichkeitswirksamen Markenförderung genutzt?
Presse	Verfügen Sie über einen gut gepflegten, stets aktualisierten und kategorisierten Presseverteiler bzw. speisen Sie Ihre Nachrichten in Presseportalen wie PR-Gateway ein?
Presse	Sind Ihre Pressemeldungen für Journalisten klar, informativ und verwertbar und bieten Sie ihnen Anlass, über Ihr Unternehmen zu berichten?
Netzwerk	Betreiben Sie aktives Networking, indem Sie regelmäßig eigene Veranstaltungen anbieten oder selbst Veranstaltungen besuchen?
Netzwerk	Sind Sie als Aussteller auf Messen präsent oder besuchen Sie für Ihren Unternehmenszweck geeignete Messen?
Krisen	Verfügen Sie über Konzepte zur Krisenkommunikation (z. B. Schutz vor investigativem Journalismus), welche nach Szenarien kategorisiert sind?

Abschnitt	Frage
Bedürfnisse	Welche grundsätzlichen Bedürfnisse haben Sie in Bezug der Produkte und Services des Unternehmens / der Marke und werden diese gut erfüllt?
Bedürfnisse	Wie nutzen Sie die entsprechenden Produkte und Services in Ihrem Alltag und sind die Produkte und Service gut dafür geeignet?
Bedürfnisse	Welchen emotionalen Nutzen muss die Produkt-/Servicekategorie des Unternehmensangebots erfüllen und tut sie das auch?
Wettbewerb	Nehmen Sie die Marke mit den Produkt- und Servicequalitäten im Vergleich und die wichtigsten Wettbewerber als besonders positiv wahr?
Wettbewerb	Nehmen Sie die Marke im Vergleich zu den wichtigsten Wettbewerbern im Image als besonders positiv wahr (Welche Stärken und Schwächen hat die Marke)?
Wettbewerb	Nehmen Sie die Marke im Vergleich zu den wichtigsten Wettbewerbern in der Wertorientierung als besonders positiv wahr?
Customer Journey	Erleben Sie die Marke an Ihren direkten Kontaktpunkten (Brief, Gespräch, Service, Telefonat, Verkauf) in der Customer Journey als besonders attraktiv?
Customer Journey	Erleben Sie die Marke an Ihren digitalen Kontaktpunkten (soziale Medien, Newsletter, Videos etc) in der Customer Journey als besonders attraktiv?
Zukunft	Erfüllt die Marke aus Ihrer Sicht die Anforderungen / Produkteigenschaften für die Zukunft oder gibt es Blind Spots?
Zukunft	Erfüllt die Marke aus Ihrer Sicht die digitalen Anforderungen für die Zukunft oder gibt es Blind Spots?

Abschnitt	Frage
Fortbildung	Bilden Sie/Ihr Team sich mindestens mit 3 Unterrichtstagen pro Jahr produkt- oder angebotsbezogen fort?
Fortbildung	Informieren Sie sich aktiv über die Themen der Kunden und die Nöte in den Zielunternehmen bzw. der Endkunden?
Verkaufsprozesse	Führen Sie regelmäßig eine systematische Verkaufs- und Besuchsgesprächsvorbereitung durch?
Verkaufsprozesse	Verfügen Sie über Nutzen- und Vorteilslisten für Ihr Angebot?
Verkaufsprozesse	Ist klar wie Sie sich bei Rabattforderungen des Kunden verhalten?
Verkaufsprozesse	Ist klar definiert, wie Sie den Kunden dazu bringen, sich sofort für Sie zu entscheiden?
Verkaufsprozesse	Ist klar bestimmt, wie Sie sich am Tag nach Auftragserhalt und in den ersten 2 Wochen danach verhalten?
Verkaufsprozesse	Verfügen Sie/das Unternehmen über eine gut strukturierte Kundendatenbank (z.B. CRM-System) und wird diese genutzt?
Verkaufsprozesse	Entsprechen die Präsentationsunterlagen dem neusten Stand, sind diese gut gestaltet und nutzen Sie diese?
Verkaufsprozesse	Pflegen Sie die persönlichen Beziehungen mit den Kunden systematisch?
Verkaufsprozesse	Fassen Sie zeitnah die Besprechungs- und Gesprächsdaten zusammen und bestätigen dies intern bzw. extern?
Verkaufsprozesse	Haben Sie systematische Follow-Up Prozesse installiert?
Verkaufsprozesse	Bieten Sie kostenlose Kundenberatung?
Verkaufsprozesse	Machen Sie Mailings mit überdimensionalen Postkarten?
Verkaufsprozesse	Filmen Sie begeisternde Statements Ihrer Kunden und Partner?
Verkaufsprozesse	Machen Sie mehrstufige Mailings?
Verkaufsprozesse	Nutzen Sie das Instrument der Seminare und Vorträge?
Verkaufsprozesse	Machen Sie unwiderstehliche Angebote!
Verkaufsprozesse	Führen Sie permanent persönliche Präsentations- und Verkaufsgespräche durch?
Verkaufsprozesse	Starten Sie einen Blog!
Verkaufsprozesse	Nutzen Sie Flyer um Interessenten zu gewinnen!
Verkaufsprozesse	Nutzen Sie gedruckte und elektronische Broschüren!
Verkaufsprozesse	Schaffen Sie eine XING oder Facebook-Gruppe!
Verkaufsprozesse	Bauen Sie Dringlichkeit in Ihre Angebote ein!
Verkaufsprozesse	Nutzen Sie Kunden-Referenzen, um den Verkaufsprozess zu beschleunigen!
Verkaufsprozesse	Befreien Sie Ihre Neukunden vom Risiko!
Verkaufsprozesse	Identifizieren Sie die Schlüsselfrustration Ihrer Zielkunden und lösen Sie diese!
Verkaufsprozesse	Verteilen Sie Gratisreports im Internet als Beweis Ihrer Kompetenz!
Verkaufsprozesse	Entwickeln Sie symbiotische Geschäftspartnerschaften!
Verkaufsprozesse	Passive Empfehlungen!
Verkaufsprozesse	Aktives Empfehlungsmarketing.
Verkaufsprozesse	Schreiben Sie persönliche Briefe!
Verkaufsprozesse	Bieten Sie eine beeindruckende Demonstration!
Verkaufsprozesse	Club- und Mitgliedschaften!

Verkaufsprozesse	Starten Sie seriöses E-Mail-Marketing, Newsletter!
Verkaufsprozesse	Positionieren Sie sich als Experte in Ihrer Nische!
Verkaufsprozesse	Public Relations intelligent genutzt!
Verkaufsprozesse	Fahrzeugbeschriftung!
Verkaufsprozesse	Nutzen Sie Event-Marketing!
Verkaufsprozesse	Informieren Sie das Umfeld Ihrer Kunden!
Verkaufsprozesse	Telefonisches Follow-Up!
Verkaufsprozesse	Schlüssel-Story entwickeln!
Verkaufsprozesse	Aufsteller vor dem Geschäft!
Verkaufsprozesse	Kommunizieren Sie Nutzen!
Verkaufsprozesse	Schreiben Sie Artikel für online-Magazine, Blogs etc.!
Verkaufsprozesse	Untermauern Sie Glaubwürdigkeit des Angebots durch Fakten und Zahlen und Wissen!
Verkaufsprozesse	Direkt-Mailings. Oder Beilagen in Fachmagazinen.