

A close-up portrait of a woman with long dark hair, wearing a white lab coat over a dark blue top. She is smiling warmly at the camera. The background is a blurred clinical setting.

# Brava® Freiverkauf- Toolbox

# Inhaltsverzeichnis



## Inhalt:

1. Checkliste
2. Projektplan-Unterlage
3. Poster & Aufkleber

# 1. Checkliste für Entscheidungsträger

*Überprüfen Sie anhand dieser Checkliste, wie Sie Ihren Freiverkauf noch erfolgreicher gestalten können*

- Gibt es einen eindeutigen Projektplan und einen entscheidungsberechtigten Projektleiter?
- Wird der Freiverkauf von den Entscheidungsträgern ausreichend unterstützt?
- Wurde die Freiverkaufsstrategie im Kontext der Unternehmensstrategie den Mitarbeitern vorgestellt?
- Gibt es einen festen Aktivitätenkalender, der an alle kommuniziert wurde?
- Kennen sich die Mitarbeiter mit den Produkteigenschaften, -vorteilen und –nutzen aus?
- Unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter beim Freiverkauf, indem Sie diese an einem Freiverkaufstraining teilnehmen lassen?
- Machen Sie Freiverkauf zum Thema bei Team-Sitzungen / Leitungsbesprechungen, um den Status zu verfolgen und aufzudecken, wo weiter unterstützt werden muss?
- Helfen Sie Ihren Mitarbeitern, Ihr Pflegeselbstverständnis mit der Strategie „Freiverkauf“ in Einklang zu bringen? z.B. durch Trainings und klare Einsatzempfehlungen?
- Sind Ihre Mitarbeiter für ein Verkaufsgespräch gerüstet?
- Erlauben Sie den Innendienst-Mitarbeitern längere Gesprächszeiten?
- Werden Erfolge gemessen und gefeiert? Wie? Wo?
- Wurde ein Prämienprogramm aufgesetzt, das z.B. Mitarbeitern mit dem höchsten Freiverkaufsumsatz prämiert? Gibt es andere Incentives?

# 2. Projektplan-Unterlage

## Anleitung zum Ausfüllen des Projektplans

Es ist wichtig einen Plan zu verfolgen, der auf die Langfristigkeit des Freiverkaufs einzahlt. Hierfür stellen wir Ihnen ein Beispiel, sowie eine Vorlage zur Verfügung. Es gibt vier Bereiche, die wie folgt ausgefüllt werden sollten:

### 1. Zielsetzung

- Setzen Sie sich eindeutige Ziele, die den SMART Kriterien folgen.

S	Spezifisch	Ziele müssen eindeutig definiert sein (so präzise wie möglich)
M	Messbar	Ziele müssen messbar sein (Messbarkeitskriterien)
A	Attraktiv	Ziele müssen für die Person ansprechend bzw. erstrebenswert sein
R	Realistisch	gestecktes Ziel muss möglich und realisierbar sein
T	Terminiert	Ziel muss mit einem fixen Datum festgelegt werden können

### 2. Arbeitsergebnisse

- Vermerken Sie die wichtigsten Arbeitsergebnisse, die im Projekt erzielt werden sollen.
- Hierzu zählen strategische und operative Arbeitsergebnisse, sowie die Erfolgsmessung des Projektes.
- Bringen Sie die Aufgaben in eine zeitliche Reihenfolge und priorisieren Sie.

### 3. Schlüssel-Ressourcen

- Machen Sie sich vorher Gedanken darüber, welche Projektmitglieder erforderlich für ein erfolgreiches Projekt sind. Gegebenenfalls gibt es optionale Teilnehmer, die nicht bei jedem Arbeitsgruppen-Treffen anwesend sein müssen, aber einen wichtigen Beitrag zur Erarbeitung der Aufgaben leisten können.
- Außerdem sollte es einen Projektleiter geben, der den Überblick behält.
- Das Steuerungskomitee besteht aus den Entscheidungsträgern Ihres Unternehmens.

### 4. Wichtigste Meilensteine

- Für einen schnellen Überblick sind im Voraus Meilensteine zu planen.
- Diese helfen Ihnen auch bei der Fokussierung und Ressourcenplanung, für die Projektgruppentreffen.
- Sie können die Meilensteine in eine zeitliche Reihenfolge bringen und den Status vermerken.

# 2. Projektplan-Unterlage

## Beispiel: Projektplan Brava Freiverkauf

### 1. Zielsetzung

Hintergrund des Projektes

- Implementierung des Freiverkaufs in der gesamten Organisation mit Fokus auf den Innendienst.

Die Erfolgskriterien, die das Projekt verfolgt:

1. Umsatzsteigerung von 10% im Bereich Pflasterentfernspray bis Ende Q3 2019.
2. Jedem Stoma-Patienten werden 6 Monate nach Kampagnenstart die Freiverkaufsprodukte vorgestellt.
3. Im ID und AD ist das Thema Freiverkauf bis April 2019 geschult.

### 2. Arbeitsergebnisse

Liste der wichtigsten Arbeitsergebnisse:

1. Kommunikationswege und -botschaften in die Organisation
2. Vertriebskanalstrategie: Innendienst und/oder Außendienst
3. Produkt- und Verkaufsschulung Mitarbeiter und Ausstattung mit Leitfäden und konkretem Vorgehen (EDV, Adressen)
4. Operative Umsetzung (Logistik, Rechnungen, usw.)
5. Jährlicher Aktivitäten/Kampagnenkalender
6. Projekt-Erfolgsmessung

### 3. Schlüssel-Ressourcen

Steuerungs-Komitee		Erforderliche Projektmitglieder		Optionale Projektmitglieder	
Geschäftsführung	✓	Stomaschwester	✓	Marketing	✓
Vertriebsleitung	✓	Vertriebsleiter	✓	IT	✗
		Innendienstleitung	✓	Controlling	✓
		Projekt Leiter	✓		

### 4. Wichtigste Meilensteine

	Datum	Status
Kickoff/Projekt Start (Projektplan)	Jan 2019	●
Aufsetzen Strategie	Feb 2019	●
Schulung Mitarbeiter	März 2019	●
Kampagnenstart	April 2019	●
Erfolgskontrolle	Okt 2019	●

# 2. Projektplan-Unterlage

## Ihr Projektplan

### 1. Zielsetzung

Hintergrund des Projektes

- ...
- ...

Die Erfolgskriterien, die das Projekt verfolgt:

1. ...
2. ...
3. ...

### 2. Arbeitsergebnisse

Liste der wichtigsten Arbeitsergebnisse:

1. ...
  2. ...
  3. ...
- ...

### 3. Schlüssel-Ressourcen

Steuerungs-Komitee	Erforderliche Projektmitglieder	Optionale Projektmitglieder
V	X	

### 4. Wichtigste Meilensteine

	Datum	Status
		●
		●
		●
		●
		●

# 3. Poster und Sticker zur Motivation

- Verwendung: Aufhängen in den Räumlichkeiten des Innendienst, sobald ein Produkt verkauft wurde, kann ein Smiley aufgeklebt werden

- Poster zu bestellen über Ihren Kundenbetreuer

- Smiley-Sticker über Amazon bestellbar:

<https://amzn.to/2VtwvIE>



**Brava® Freiverkauf**  
Ein 😊 für jeden Erfolg

#### Brava® Produkte

- Brava® Pflasterentferner-Spray
- Brava® Pflasterentferner-Tücher
- Brava® Hautschutz-Spray
- Brava® Hautschutz-Tücher
- Brava® Schutzcreme
- Brava® Hautreinigungstuch
- Brava® Elastischer Fixierstreifen Bogen
- Brava® Elastischer Fixierstreifen XL
- Brava® Elastischer Fixierstreifen Spitz
- Brava® Elastischer Fixierstreifen Streifen
- Brava® Geruchsneutralisierendes Gleitmittel
- Stomaschere

 **Coloplast**

Coloplast GmbH, Postfach 35 03 45, 22063 Hamburg, Tel. 040 609007-71, Fax 040 609007-40, [service@coloplast.com](mailto:service@coloplast.com)  
[www.coloplast.com](http://www.coloplast.com) The Coloplast logo is a registered trademark of Coloplast A/S. © 2019 Coloplast A/S. All rights reserved Coloplast A/S

**Brava®**