

Steffen Ritter

Verkaufen kann von selbst laufen



Wie Topverkäufer mit System
mehr Umsatz erzielen

GABAL

1



LIVE

AUS DEM

VERTRIEBS-
ALLTAG –

GEDANKEN

UND BERICHTE

DIE GUTE ALTE ZEIT

*»Die Zeiten ändern sich. Und wir mit ihnen.«
Ovid*

FRÜHER WAR ALLES BESSER?

Kennen Sie noch das Lächeln von Herrn Kaiser? Bis vor wenigen Jahren zog er durchs Land. Immer freundlich, den Menschen bereits von Weitem zuwinkend. Immer für seine Kunden da. Immer für seinen renommierten Vertragspartner im Einsatz. Was waren das für schöne Zeiten! Verkäufer haben wirklich verkauft, haben höchst aufmerksam Gespräche mit Kunden geführt, gingen dem Kern ihrer Tätigkeit nach und waren meist im Außendienst.

War der Verkäufer doch mal in seinem Büro, oft im heimischen Arbeitszimmer, konnte maximal das Telefon klingeln und einmal pro Tag der Briefträger des Weges kommen. Sicher, auch damals gab es schon verschiedene Verwaltungsaufgaben zu bewältigen. Es wurden Handakten geführt, über die Jahre wurden Aktenschränke gefüllt. Aber alles übersichtlich, Schritt für Schritt wachsend. Und beherrschbar.

Büro- und Außendienst waren übersichtlich

Auch im Außendienst war die Welt noch in Ordnung: Der Kunde stand im Mittelpunkt. Und nach erfolgreichen Gesprächen wurden die unterschriebenen Verträge verschickt. Der Verkaufserfolg wurde per Hand eingetütet, mit einer Briefmarke versehen und auf den Weg gebracht. Allein das Befeuchten der Marke – ein Ritual. Je nach Fleiß waren bei vielen Verkäufern mitunter seitenlange Provisionsabrechnungen die Folge. Sie lagen im Briefkasten, selbstverständlich. Wo sonst?

DANN GING'S LOS ...

Mitte der 1980er-Jahre kam das Handy, die Ruhe war vorbei. Immer erreichbar, Welch ein Qualitätssprung in der Kunden-nähe. Ruf mich an! Wer bei den ersten technischen Versuchen bereits dabei war, hatte in diesen Tagen einen nicht kleinen Koffer bei sich, eine Kiste mit Tragegriff und Telefonhörer dran. Damit würde Ihnen heute manche Fluglinie aus Sicherheitsgründen den Zutritt verweigern. Aber einige Außendienstler erzählen heute immer noch liebevoll und gern von ihren ersten Motorola-Knochen.

**Mit dem Fax
ganz weit vorn**

Ende der 1980er-Jahre fand dann das Faxgerät in deutschen Büros seinen Einzug. Briefe konnten nun zu jeder Tageszeit eintrudeln. Wer eines hatte, war ganz weit vorn. Und Anfang der 1990er nahmen mehr und mehr die flächendeckenden D-Netze Gestalt an. Der Mobilfunk heutiger Prägung war da. Die Telefone wurden kleiner. Während bis dahin nur die technisch fortschrittlichen Außendienstler den Mobilfunk für sich entdeckt hatten, kam nun die Masse des Vertriebs hinterher.

In dieser Zeit, bei vielen auch etwas später, bekamen sowohl Faxgerät als auch Briefe ernsthafte Konkurrenz. Nachdem die erste E-Mail in Deutschland bereits 1984 empfangen wurde, trat sie nun in den 1990er-Jahren ihren Siegeszug an. In der Mitte der 1990er-Jahre sorgte das World Wide Web dafür, dass das Internet auch für Laien immer nützlicher wurde und diverse Anwendungen auch die deutsche Bürowelt veränderten.

VON HEUTE GANZ ZU SCHWEIGEN

Im ersten Jahrzehnt des neuen Jahrtausends wurden die Kundenverwaltungsprogramme und diverse Online-Anwendungen immer weiter verfeinert. Der mobile Zugriff auf die Daten des Kunden und auf verschiedene Applikationen im Vertriebsprozess ist zur Normalität geworden. Soziale Netzwerke wie Facebook, Xing und Twitter hatten es – im Vergleich zum Ausland –

in Deutschland anfangs eher schwer. Dienste dieser Art konnten nach und nach erst zum Ende des ersten Jahrzehnts wirklich merkbar im Alltag von immer mehr Außendienstlern Fuß fassen. Welches dieser Netzwerke eine dauerhafte Bedeutung erlangen wird, welches vielleicht hinzukommen und welches wieder in der Versenkung verschwinden wird – wir werden es sehen.

Und natürlich nicht zu vergessen: Im Zeitalter von Smartphones sind nun nicht nur diverse Telefonate, sondern auch sämtliche E-Mails und sämtliche Social-Media-Aktivitäten immer dabei. Der Zugriff auf die eigenen Kundendaten ist selbstverständlich. Jederzeit. Egal ob früh um 7.10 Uhr oder abends um 23.30 Uhr. Bürozeit ist immer. Aufgerüstet bis in die Haarspitzen. Willkommen, Vertrieb der Zukunft!?

**Mit dem Smartphone
immer erreichbar**

KOMMEN SIE NOCH KLAR?

So hat sich in den letzten Jahren viel verändert. Hätte ein Außendienstler 1980 unsere Welt verlassen und wäre erst über 30 Jahre später wieder hinzugestoßen, es bräuchte einige Zeit, um ihm alles zu erklären. Abgesehen davon, dass Geschäfte auch heute noch zwischen Menschen gemacht werden, bei denen der eine ein Angebot hat und der andere hierauf eingeht – das Drumherum hat sich doch reichlich verändert.

Wer sich heute nicht organisiert, wer sich heute nicht konzentriert, wird in der Fülle der Zerstreungen, in der Fülle der vielfältigen, multidimensionalen Ablenkungen kaum noch einen Kunden sehen. Allein die Kommunikation und all das Administrative werden ihn erschlagen. Bis irgendein Vorgang erledigt ist, sind oft zügelfache Hin-und-Her-Mails, Faxe, Nachrichten, Telefonate, ja manchmal sogar richtige Kundengespräche notwendig. Alles maximal zeitraubend, alles immer dringlich.

**Hin-und-Her-Mails,
Faxe und Nachrichten**

Viele Unternehmer, viele Verkäufer, viele Außendienstler kennen heute Tage, an denen die (Büro-)Arbeit abends einfach abgebro-

**Am Ende des
Tages kein mess-
bares Ergebnis**

chen wird, ohne fertig zu sein. Vor allem aber, ohne ein wirklich wertvolles, messbares, vorzeigbares Vertriebsergebnis erzielt zu haben. Nicht dass es solche Tage vor Jahrzehnten nicht auch gegeben hätte. Nur heute gibt es sie häufiger. Heute ist es schwieriger, organisiert zu arbeiten, konzentriert dem Vertrieb nachzugehen. Das gelingt nur denjenigen, die »den Rest« organisiert haben. Oder denen der Rest egal ist. Aber dann sind nicht selten hohe Kundenabbrüche die Folge; exzellente Kundenbetreuung und Bindung gehen anders.

Blöd ist nur, zumindest bezogen auf den Verkäufer: Ein richtig guter Vertriebsmann ist selten ein richtig guter Organisator. Im Gegenteil: Wirkliches Talent im Vertrieb und die Fähigkeit zu professioneller Administration sind Qualitäten, die oft auf verschiedenen Sternen zu Hause sind. Deshalb ist erforderlich und hilfreich, all das, was notwendig ist, weitestgehend von selbst ablaufen zu lassen. Wirklich gute Organisation ist heute die Eintrittskarte für nachhaltigen Vertriebserfolg. Vertrieb mit System in der heutigen Zeit ist eine Frage der Standards und der Automatismen. Genau diese müssen in der Kundenarbeit heute zum Leben erweckt werden.

**Gedankenwelt von
Verkäufern, Mitar-
beitern und Kunden**

Wie managen Sie also Ihre Verkaufsarbeit, wie organisieren Sie Ihre Kundenarbeit? Was läuft bei Ihnen automatisch, irgendwie von selbst und höchst professionell? Wie sichern Sie, maximale Zeit für den Vertrieb zu haben? Wie sorgen Sie dafür, dass im Sinne dieses Buchs »Ihr Verkauf nahezu von selbst läuft«? Zum Start möchte ich mit Ihnen gemeinsam einen Blick in die Gedankenwelt von Verkäufern, von Mitarbeitern und von Kunden wagen. Es sind alles Originale, die ich in den letzten Jahren kennengelernt habe. Sie sind unabhängig voneinander. Und übrigens: Diejenigen, auf die das, was im Folgenden geschildert wird, so oder so ähnlich zutrifft, waren und sind nicht in der Minderheit ...

ICH FAHR JETZT NACH HAUSE ...

*»Der Mensch, der zu beschäftigt ist,
sich um seine Gesundheit zu kümmern,
ist wie ein Handwerker, der keine Zeit hat,
seine Werkzeuge zu pflegen.«
spanisches Sprichwort*

BERICHT EINES VERKÄUFERS KURZ VOR TAGESSCHLUSS

Es ist wieder spät geworden. In fünf Minuten beginnt das »heute journal«. Nur nicht für mich. Ich habe noch 20 Minuten Autofahrt vor mir. Zeit zum Abschalten. Aber so richtig wird das auch heute nicht gelingen. Zu viel Unerledigtes bleibt wieder zurück. Und Krüger habe ich auch vergessen. Den wollte ich schon seit einer Woche anrufen.

Eigentlich ist das jeden Tag so. Manchmal frage ich mich, ob das irgendwann wieder besser wird. So wie früher. Da habe ich mich noch gefreut, wenn das Telefon klingelte. Es könnte ja ein Kunde sein. Heute ist jeder Anruf eine neue Aufgabe, obendrauf auf den Berg, der da ohnehin schon liegt. Oder untendrunter? Egal.

**Es könnte ja ein
Kunde sein**

Es sind aber auch viele Kunden geworden in den letzten Jahren. Gestartet am Küchentisch. Dann das erste kleine Büro, was war ich stolz! Und nun in bester Lage, direkt neben dem Rathaus. Gut, unser Ort ist ziemlich übersichtlich, nur 8000 Einwohner. Aber immerhin, das muss erst mal jemand nachmachen, aus dem Nichts aufgebaut. Spaß macht es schon.

Nur, lange geht es nicht mehr so weiter. Vorigen Monat hatte ich Hochzeitstag. Ist mir aber erst aufgefallen, als ich die Tages-themen sehen wollte und meine Frau so komisch reagiert hat. Für Blumen war's zu spät. Das darf nicht mehr passieren. Aber

irgendwie laufe ich auch nur noch hinterher. Das schlechte Gewissen, wieder irgendwas vergessen zu haben, ist schon Normalzustand. Da helfen mir auch keine Schulterklopper, wie erfolgreich ich mich entwickelt habe. Wenn die alle wüssten ...

**Ungelesene
Mails müssen bis
morgen warten**

Den Computer mache ich jetzt aus. Die 142 ungelesenen Mails müssen bis morgen warten. Das ist sowieso der Motivationskiller schlechthin. Kaum hast du es geschafft, deinen Posteingang fast leer zu räumen, ist er wieder voll. Und bei jedem Mist bist du in CC. Die Krönung sind diejenigen, die dich eine Stunde nach einer Mail anrufen und fragen, wo die Antwort bleibt. Am besten, ich nehme meine Abwesenheitsnotiz gar nicht mehr raus. Dass ich mein Geld durch Verkaufen verdiene und nicht mit dem Beantworten von Sinnlos-Mails, scheint nicht jeder zu verstehen. Auf jeden Fall muss sich was ändern. So geht's nicht weiter!

Anrufbeantworter an, Licht aus, Tür zu. Ich fahr jetzt nach Hause!