

Vertriebsführung:

Gute Verkäufer sind heute wichtiger denn je!

Text: Martin Limbeck

„Früher war alles besser!“ Wirklich? Ich würde eher sagen, dass es anders war. Natürlich war Verkaufen in gewisser Weise leichter, weil die Kunden Angebote der Mitbewerber nur begrenzt miteinander vergleichen konnten. Insgesamt gab es auch eine deutlich überschaubarere Auswahl an Produkten und Dienstleistungen. Und heute? Im Zuge der Digitalisierung sprießen Angebote wie Pilze aus dem Boden, mit nur wenigen Klicks können wir Produkte in China bestellen, die in spätestens 14 Tagen bei uns eintreffen. Im Zuge der Digitalisierung hat sich nicht nur der Handel verändert, auch die Kunden legen heute ein anderes Verhalten an den Tag: Bevor sie überhaupt Kontakt zu einem Unternehmen suchen, haben sie bereits online recherchiert, Angebote verglichen und sich eine Meinung gebildet. Höchste Zeit für Verkäufer, sich warm anzuziehen und ihre Fähigkeiten ebenfalls upzugraden! Denn Prospektvorleser und Faktenrunterbeter haben heute keine Chance mehr. Was Kunden sich heute wünschen, sind selbstbewusste Verkäuferpersönlichkeiten, die ihnen auf Augenhöhe begegnen. Die sofort verstehen, was sie brauchen

– und ihnen ein individuelles Angebot zusammenstellen, das alle Bedürfnisse abdeckt. Am besten noch, ohne dass die Kunden vorher überhaupt wussten, dass sie es brauchen.

Auf zu neuen Ufern

Wir leben in einer spannenden Zeit, die von Umbrüchen und Veränderungen geprägt ist. Eine Zeit, in der viele Start-ups frisch ins Rennen gehen, um sich ihren Teil vom Kuchen zu sichern. Ich finde das großartig, denn so bekommen die alteingesessenen Unternehmen auch ordentlich Dampf unter dem Kessel gemacht und müssen entsprechend reagieren, um nicht den Anschluss zu verlieren. Entscheidend ist dabei, nicht aus Panik in alte Muster zu verfallen – oder diese zu kopieren, weil „Vertrieb eben so geht“. Statt einfach mal loszulaufen, sollten auch junge Gründer ein paar Gedanken darauf verwenden, wie sie ihren Vertrieb bestmöglich aufstellen. Denn gerade in der Anfangszeit ist es essentiell, Kunden zu gewinnen und das Unternehmen in Richtung Erfolgsspur zu manövrieren. Das fängt schon mit der Auswahl der richtigen Mitarbeiter an:



„Prospektvorleser und Faktenrunterbeter haben heute keine Chance mehr.“



mehr Weiterbildungsmöglichkeiten und flexiblere Arbeitszeiten zu bieten – und sie auch stärker in Unternehmensentscheidungen miteinzubeziehen. Sinn, Weiterentwicklung und persönliche Entfaltung stehen hoch im Kurs und haben die „klassischen“ Motive längst abgelöst.

Die richtige Mischung macht's

„Ich wünschte, alle in meinem Sales-Team würden so ein Akquisetalent haben. Dann könnten wir uns vor Kunden schon bald nicht mehr retten!“ Ein schöner Gedanke, keine Frage. Allerdings zu kurz gedacht: Denn was bringt es Ihnen, wenn Sie einen Stall voller „Hunter“, sprich Kundenjäger haben – und die sich zu Tode langweilen, wenn es an das langfristige Hegen und Pflegen der Kontakte, das „Farmen“ geht? Versuchen Sie also nicht weiter, Ihre Mitarbeiter „umzuerziehen“, sondern setzen Sie sie lieber entsprechend ihrer Vorlieben und Stärken ein. Damit ist nicht nur Ihren Leuten geholfen – sondern auch Ihren Kunden, die sich von einem passenden Ansprechpartner verstanden und abgeholt fühlen. Besser kann es doch gar nicht laufen! Denken Sie also dran: Ein echtes Sales-Dreamteam besteht immer aus Jägern und Sammlern.

Martin Limbeck

Martin Limbeck ist Inhaber der Limbeck® Group, einer der führenden Experten für Blended-Learning und die Entwicklung von Lernkonzepten für Unternehmen, sowie einer der international meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufsexperten. Mehr Informationen auf www.limbeckgroup.com.

„Ein echtes Sales-Dreamteam besteht immer aus Jägern und Sammlern.“

Oft ergibt sich bei frisch gegründeten Startups eher sporadisch, dass sich ein paar Leute ums Verkaufen kümmern. Doch sobald das Schiff Fahrt aufnimmt, ist es höchste Zeit, den Vertrieb systematisch aufzustellen.

Recruiting ist Chefsache

Gute Verkäufer fallen nicht vom Himmel! Und gerade im Zuge des Fachkräftemangels und des damit verbundenen „War for Talents“ sollte eins klar sein: Sie müssen sich richtig reinknien, um Spitzenverkäufer für Ihr Unternehmen zu gewinnen – und auch langfristig zu binden. Gleich, ob Sie Ihre Mannschaft verstärken oder sogar ein Vertriebsteam komplett neu aufbauen wollen: An dieser Stelle sind Sie als Chef gefragt. Denn nur Sie wissen, worauf es wirklich ankommt, welche Eigenschaften und Qualifikationen die Bewerber mitbringen sollten und welche Positionen Sie

mit was für Leuten besetzen wollen. Natürlich können Sie sich Unterstützung besorgen. Inzwischen gibt es tolle Berater wie beispielsweise Sales Ranger, die Ihnen dabei helfen, die passenden Verkäufer für Ihr Unternehmen zu finden. Wichtig ist nur, dass Sie die Sache nicht völlig aus der Hand geben – denn eine falsch besetzte Stelle im Vertrieb kostet das Unternehmen schnell einen fünfstelligen Betrag, der sich aus den Kosten für Recruiting, Einarbeitung, Gehalt, möglicherweise entgangenem Umsatz und der notwendigen nächsten Bewerbungsrunde zusammensetzt. Hätten Sie das gedacht? Noch ein Grund mehr, bei der Personalauswahl nicht nur auf Ihr Bauchgefühl zu hören, sondern genauer hinzuschauen.

Neue Generationen, andere Werte

Was Sie ebenfalls auf dem Schirm haben sollten: Nicht nur die Anforderungen der Kunden, sondern auch die Ihrer potenziellen Mitarbeiter haben sich verändert. Bonus, schicker Dienstwagen und eine fette Rolex? Natürlich gibt es immer noch Vertriebler, die auf Statussymbole scharf sind. Grundsätzlich lässt sich jedoch feststellen, dass die nach Mitte der 1980er-Jahre geborenen jungen Menschen heute andere Schwerpunkte setzen. So belegt unter anderem eine Studie der Deutschen Verkäuferschule (DVKS), dass Unternehmen gut damit beraten sind, ihre Verkäufer bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu unterstützen, ihnen eine bessere Work-Life-Balance,

