

Indirekter Vertrieb – Teil 2

VERTRIEBSPARTNERSCHAFTEN: DRUM PRÜFE, WER SICH BINDET

Passt der Channelpartner zu mir? Das sollten Hersteller technischer Güter und ihre potenziellen Vertriebspartner vor Abschluss eines Partnerschaftsvertrags bzw. während einer bestehenden Allianz genau prüfen. Sonst macht sich in der alltäglichen Zusammenarbeit schnell Ernüchterung breit.

Beim indirekten Vertrieb lautet eine Kernfrage für die Hersteller: Wie motiviere ich die Vertriebsorganisation meiner Partner? Denn Fach- und Großhändler haben in der Regel ein breites Sortiment. Und auch in der Produktgruppe des Herstellers führen sie im Normalfall Wettbewerbsprodukte. Also werden sie von vielen Herstellern mit unzähligen Aktionen, Produktneueinführungen und anderen Aktivitäten „überladen“.

Entsprechend wichtig ist es, dass sich der Hersteller klar als Partner und nicht nur als Lieferant positioniert. Das bedeutet:

- Beziehungen aufbauen,
- den Abverkaufsprozess unterstützen,
- die „Chefs“ und Mitarbeiter der Vertriebspartner fordern und fördern.

Das setzt voraus, dass der Hersteller die unternehmerischen Ziele seiner jeweiligen Händler kennt und seine Aktivitäten darauf ausrichtet.

Eindeutig „Ja“ zum Partner sagen

Hierzu ist ein Hersteller in der Regel nur bereit, wenn er die Frage „Ist der Händler der richtige Partner für mich?“ mit einem klaren „Ja“ beantwortet hat. Denn bestehen diesbezüglich Zweifel, steht er auch nur bedingt zu ihm. Das spürt der Händler – weshalb zwischen den „Partnern“ keine emotionale Beziehung wächst.



Indikatoren dafür, ob ein Händler zum Hersteller passt, sind neben dessen Marktzugang und -potenzial unter anderem:

- Lassen sich seine Verkäufer für die Produkte des Herstellers begeistern?
- Ist der Händler bereit, seine Mitarbeiter gezielt für den Verkauf der Produkte des Herstellers schulen zu lassen?
- Sind die Verkäufer bereit, mit den Außendienst-Mitarbeitern des Herstellers Zielkunden zu besuchen?
- Ist der Händler offen für das gemeinsame Erstellen und Realisieren von Konzepten zum Erschließen bestimmter Zielkunden/Marktsegmente?
- Ist der Vertriebspartner zuverlässig, loyal und hält er Vereinbarungen ein?

Auch der Händler muss selbstverständlich voller Überzeugung „ja“ zur Partnerschaft sagen. Fragen, die er sich stellen sollte, sind:

- Hat das Sortiment des Herstellers die nötige Breite und Tiefe für meine Zielgruppe?
- Ist sein Vertriebskonzept nachhaltig auf die Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern ausgerichtet?
- Bietet er mir die notwendige Unterstützung für eine aktive Marktbearbeitung?
- Ist der Hersteller innovativ und somit zukunftsfähig – zum Beispiel bei seinen Produkten und Prozessen?
- Kann ich bei einer entsprechenden Vermarktung mit einer guten Marge rechnen?
- Werden gemeinsame Konzepte zur Entwicklung der Zielkunden erarbeitet?
- Unterstützt der Hersteller mich mit den nötigen Flyern, Produkt- und Verkaufsunterlagen

Regelmäßig zu Review-Gesprächen treffen

Beim Beantworten der vorgenannten Fragen tauchen in der alltäglichen Zusammenarbeit der Hersteller mit ihren Partnern immer wieder Meinungsunterschiede auf – schließlich haben die Beteiligten unterschiedliche Interessen. Deshalb sind, um die emotionale Beziehung der Partner stabil zu halten und ein allmähliches Sich-Entfremden zu vermeiden, regelmäßige Gespräche nötig – zum Beispiel quartalsweise Review-Gespräche, um die Zusammenarbeit und den Stand der Umsetzung der gemeinsam in den Jahresgesprächen verabschiedeten Ziele zu evaluieren.



ÜBER WALTER POSS



Walter Poss arbeitet als Berater für das auf den Vertrieb von Industriegütern und – dienstleistungen spezialisierte Beratungs-unternehmen PETER SCHREIBER & PARTNER, Ilsfeld (www.schreiber-training.de). Er war 15 Jahre Geschäftsführer bei mehreren marktführenden, mittelständischen Unternehmen. Zuvor sammelte Walter Poss Praxiserfahrung im Direktvertrieb sowie im mehrstufigen Vertrieb von technischen Produkten – als Verkäufer im Außendienst, regionaler Verkaufsleiter, Key-Account-Manager und Vertriebsleiter

PETER SCHREIBER & PARTNER

Eisenbahnstrasse 20/1

74360 Ilsfeld

+49-7062-96968

zentrale@schreiber-training.de

www.schreiber-training.de

