

8 Tipps für den B-to-B-Vertrieb
30.12.2010 | 15:03 Uhr

So gewinnen Sie Einkäufer für sich



Gute Verkäufer streben eine Partnerschaft mit den Einkäufern einer Firma an.

Viele Verkäufer versuchen, an den Einkaufsabteilungen vorbeizuverkaufen - aus Angst vor den "Preisdrückern" im Einkauf. Dies ist aber aufgrund der Professionalisierung des Einkaufs in den Unternehmen immer seltener möglich. Die Reaktion cleverer Verkäufer auf diese Situation: Sie versuchen, mit den Einkäufern einzukaufen, statt gegen sie zu verkaufen. Das heißt für Sie:

1. Streben Sie eine Partnerschaft mit den Einkäufern an.

Partnerschaft setzt wechselseitiges Vertrauen und gemeinsame Ziele voraus. Beide Faktoren entwickeln sich nur im persönlichen Kontakt.

2. Suchen Sie den persönlichen Kontakt zum Einkäufer so früh und oft wie möglich.

Zum Beispiel, indem Sie bei Gesprächen mit der Fachabteilung fragen: "Welcher Kollege aus dem Einkauf wird später hierfür zuständig sein? Darf ich mich ihm heute schon mal vorstellen?"

3. Sprechen Sie mit dem Einkäufer über seine Ziele.

Fragen Sie ihn zum Beispiel: "Welche Wünsche haben Sie bezüglich der Zusammenarbeit?" Oder: "Ist für Sie eine Zusammenarbeit beim Optimieren des Beschaffungsprozesses oder bei der Entsorgung interessant?"

4. Pflegen Sie die Spielregel "Geben und Nehmen".

Zeigen Sie dem Einkäufer auf, was Sie ihm/seinem Unternehmen im Lauf der Zusammenarbeit schon gegeben haben (zum Beispiel Rücknahme von Falschbestellungen, ohne Wiedereinlagerungskosten zu berechnen, Blitzlieferungen wegen verspäteter Bestellungen). Dokumentieren Sie solche "Extra-Leistungen", damit Sie diese bei Verhandlungen in die Waagschale werfen können.

"Geben und Nehmen" bedeutet auch: Gegenforderungen bei "Gefälligkeiten" stellen - zum Beispiel, wenn

Sie für einen Einkäufer ohne Auftragschance das nötige dritte Angebot erstellen. Sagen Sie dann: "Herr Einkäufer, ich erstelle das Angebot gerne, obwohl Sie beim Unternehmen x bestellen werden. Aber in welchem Bereich können Sie mir hierfür einen Ausgleich bieten?"

5. Verbessern Sie Ihre Einstellung zu Einkäufern.

Streifen Sie das Bild vom "bösen Einkäufer" ab, indem Sie Stellenangebote für Einkäufer lesen und die wirklichen Aufgaben der Einkäufer von heute kennenlernen. Runden Sie das Gelesene durch persönliche Gespräche mit Einkäufern über deren Arbeit ab. Interessieren Sie sich auch für den Einkäufer als Mensch, damit Sie seine Sympathie gewinnen. Auch Besuche von Einkäuferseminaren und ein Sich-Informieren über Einkaufsrichtlinien (auch bei den Einkäufern des eigenen Unternehmens) tragen zu einem besseren Verständnis der Einkäufer bei.

6. Erarbeiten Sie Themenfelder für Ihre regelmäßigen Gespräche mit Einkäufern, die nicht Preise und Konditionen zum Inhalt haben.

Zum Beispiel: Unterstützung beim Optimieren der Arbeitsabläufe, Instrumente zum Erhöhen der Markttransparenz, Zuarbeit bei Projekten, spezielle Weiterbildungsangebote für Einkäufer.

7. Integrieren Sie die Einkäufer so früh und so oft wie möglich in Ihre Gespräche mit den Fachabteilungen.

Nur so können Sie bei den Einkäufern das nötige Problem- und Wertbewusstsein schaffen. Einkäufer, die von Verkäufern nicht integriert und ernst genommen werden, fühlen sich in ihrer Daseinsberechtigung bedroht. Entsprechend treten sie bei Abschlussverhandlungen auf.

8. Unterstützen Sie die Evaluierungsarbeit der Einkäufer.

Stellen Sie in Ihren Angeboten klar und deutlich sowie kundenorientiert den Nutzen Ihrer Lösung dar - technisch und kaufmännisch. Das erspart dem Einkäufer Arbeit und erhöht seine Sympathie für Ihr Angebot.

Fazit: Holen Sie die Einkäufer ins Boot, statt zu versuchen, diese "auszubooten". Denn selbst wenn ein Einkäufer keine Entscheidungsmacht hat, so kann er Ihnen doch schaden. (oe)

Der Autor Peter Schreiber ist Inhaber des Trainings- und Beratungsunternehmens PETER SCHREIBER & PARTNER in Ilsfeld bei Heilbronn (Tel.: 0 70 62/96 96 8; E-Mail: zentrale@schreiber-training.de; Internet: [1] www.schreiber-training.de) und Autor des Buchs "Das Beuteraster - 7 Strategien für erfolgreiches Verkaufen" (Orell Füssli Verlag).

Enthaltene Links:

[1] <http://www.schreiber-training.de/>

[→ schliessen](#)

© Copyright IDG MAGAZINE MEDIA GMBH München

IDG-Publikationen im Internet

CIO - ChannelPartner - COMPUTERWOCHE - GamePro

GameStar - IDG-Verlag - MacWelt - PC-Welt - tecChannel