

Vertrieb

Neukunden gewinnen ist kein Hexenwerk

Vertriebserfolge im B2B-Bereich sind die Früchte eines persönlichen Engagements und konzeptionell durchdachten Vorgehens. Und diese Erfolge lassen sich planen. Davon ist der Vertriebsberater Peter Schreiber überzeugt.

Neukunden gewinnen und Wettbewerber verdrängen – das gehört zum „Tagesgeschäft“ von Vertriebs-Profis. Denn Markteinbrüche und aggressive Wettbewerber sowie „natürliche“ Kunden- und Umsatzverluste bei spielsweise durch Insolvenzen und Fusionen, Standortverlegungen und technologische Änderungen bei Kunden zwingen jedes Unternehmen dazu, seinen Markt aktiv zu bearbeiten, um so sicherzustellen, dass es auch künftig die benötigten oder gewünschten Umsätze und Gewinne erzielt.

Dabei gilt gerade im Vertrieb von Industriegütern und -dienstleistungen: Echte „Neukunden“ gibt es in der Regel nicht. Vielmehr waren die

sogenannten Neukunden in der Regel zuvor Wettbewerber-Kunden. Also lautet die zentrale Herausforderung im B2B-Vertrieb meist: Wettbewerbern durch eine systematische Marktbearbeitung Kunden beziehungsweise Umsatzanteile abjagen – was diese umgekehrt bei Ihren Kunden versuchen,

Deshalb lautet die zentrale Frage nicht „Sollen wir unseren Markt aktiv bearbeiten?“, sondern: „Wie aktiv und gut macht dies die Vertriebsmannschaft Ihres Unternehmens?“.

- Gehen Ihre Vertriebsmitarbeiter beim Akquirieren von Neukunden und Verdrängen von Wettbewerbern offensiv und systematisch vor

oder wartet sie primär auf durch die Marketingabteilung initiierte Anfragen?

- Erfolgt die Neukunden-Akquise und der Versuch, Wettbewerbern Kunden und Marktanteile abzugeben, primär in sporadischen Ad-hoc-Aktionen bei Umsatzmangel oder sind sie das Resultat eines auf Kontinuität ausgelegten, wohlüberlegten Vertriebskonzepts, das mit konkreten Verkaufs- und Arbeitszielen hinterlegt ist?

Die Weichen im Vertrieb Richtung Erfolg stellen

Wenn die Vertriebserfolge Ihrer Mitarbeiter und Organisation keine Zufallsprodukte sein sollen, sollten Sie sich als Vertriebsverantwortlicher folgende Fragen stellen

1. Wurden unsere Vertriebsmitarbeiter im Innen- und Außendienst von der Notwendigkeit, ständig neue Kunden zu gewinnen und Wettbewerber zu verdrängen, überzeugt – und zwar nachhaltig und mit plausiblen Fakten? Haben sie diese Ziele verinnerlicht? Und sind sie von dem erforderlichen motivierenden Sportsgeist beseelt, um die Aufgaben aktiv anzugehen?
2. Haben wir mit den Mitarbeitern unser „Beuteraster“ klar definiert – also fixiert, auf welche Kunden (-gruppen) wir unsere Vertriebsaktivitäten warum fokussieren? Und hat jedes Innen-/Außendienst-Team für seinen Verantwortungsbereich konkrete Zielkunden benannt, die es vorrangig angeht?
3. Sind für den Akquisitionsprozess konkrete Meilensteine, Verkaufs- und Arbeitsziele definiert? Und existiert für deren Erreichung ein konsequent verfolgtes Steuerungssystem (Salesfunnel-Controlling)?

Info

Ausbildung zum Motivationsberater

Das ilea Institut, Esslingen bei Stuttgart, führt vom 18 bis 20. Dezember 2017 im Raum Frankfurt eine Ausbildung zum MSA Motivberater sowie Motivationsberater durch.

Die Ausbildung vermittelt den Teilnehmern ein Verständnis der psychologischen Grundlagen der Motiv-Struktur-Analyse (MSA) und der Kernbedürfnisse von Menschen. Sie lernen zudem eine MSA-Auswertung zu interpretieren und ein MSA-Auswertungsgespräch zu führen. Die Ausbildung ist auf drei Tage angelegt und die Teilnehmer erhalten bei entsprechender Eignung das Zertifikat „MSA Motivberater“. Die Ausbildungs- und Zertifizierungsgebühr beträgt 3 000 Euro (plus MwSt.). Eine weitere Ausbildung zum Motivberater (MSA) findet vom 26. bis 28. Februar 2018 im Raum Stuttgart statt. Nähere Informationen finden Interessierte auf der Webseite des ilea-Instituts www.ilea-institut.de oder direkt unter Tel.: 0711/351 37 28; E-Mail: mail@ilea-institut.de



Vertriebserfolge im B2B-Bereich fallen nicht vom Himmel, sondern das Ergebnis einer systematische Marktbearbeitung.

FOTO: PIXABAY

bewerbern für den Unternehmenserfolg ist. Und verdeutlichen Sie Ihren Mitarbeitern anhand von Erfolgsbeispielen: Das Gewinnen von Wettbewerber-Kunden ist kein Hexenwerk. Es ist die logische Konsequenz ihres persönlichen Engagements und einer konzeptionell durchdachten Vorgehensweise. 

Der Autor

Peter Schreiber ist Inhaber des auf den B2B-Vertrieb spezialisierten Trainings- und Beratungsunternehmens Peter Schreiber & Partner in Ilsfeld (Tel.: 0 70 62/96 96 8; E-Mail: zentrale@schreibertraining.de; www.schreiber-training.de.

4. Wurde mit den Vertriebsmitarbeitern in Workshops das praktische Vorgehen im Akquiseprozess motivierend erarbeitet – von der Zielkunden-Analyse über die Terminvereinbarung und dem Erstbesuch bis hin zum „Unter-Dach-und-Fach-bringen“ des Erstauftrags und zum Betreuen der Kunden im After-Sales-Prozess? Wurde dieses Vorgehen trainiert und live erprobt, so dass die Vertriebsmitarbeiter die erforderliche Verhaltenssicherheit im Vertriebsalltag haben?

5. Wurden für die Mitarbeiter beziehungsweise mit den Mitarbeitern die notwendigen Tools erstellt wie etwa verkaufsunterstützende Zielkunden-Dossiers, ein motivierendes Salesfunnel-Controlling, verkaufsfördernd formulierte Briefvorlagen für die Kontaktabbahnung, das Zusenden von Unterlagen und die Terminbestätigung? Werden diese Tools von den Mitarbeitern akzeptiert und eingesetzt sowie im Zuge eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses aufgrund der gemachten Erfahrungen optimiert?

Vertriebserfolge sind kein Hexenwerk

Konnten Sie all diese Fragen mit einem herzhaften JA beantworten? Dann steht einer Steigerung Ihres Umsatzes, Ihrer Marktanteile sowie Ihres Ertrags nichts mehr im Weg. Aber bleiben Sie als Vertriebsverantwortlicher am Ball und rufen Sie Ihren Mitarbeitern immer wieder in Erinnerung, wie wichtig das Gewinnen von Neukunden und Verdrängen von Wett-

Anzeige

Gebäudeschadstoffe und Innenraumluft

Fachzeitschrift zum Schutz von Gesundheit und Umwelt bei baulichen Anlagen 2.2017

■ Schwerpunktthemen
PCB, Chlorparaffine, Radon, Quarz, Asbest

- Neue Erkenntnisse zu PCB und Chlorparaffinen
- Das neue Strahlenschutzgesetz
- Der unterschätzte Gebäudeschadstoff Quarz
- Der Nationale Asbestdialog

NEU!



Leseprobe jetzt kostenlos auf:
www.schadstoff-kompass.de/fachzeitschrift