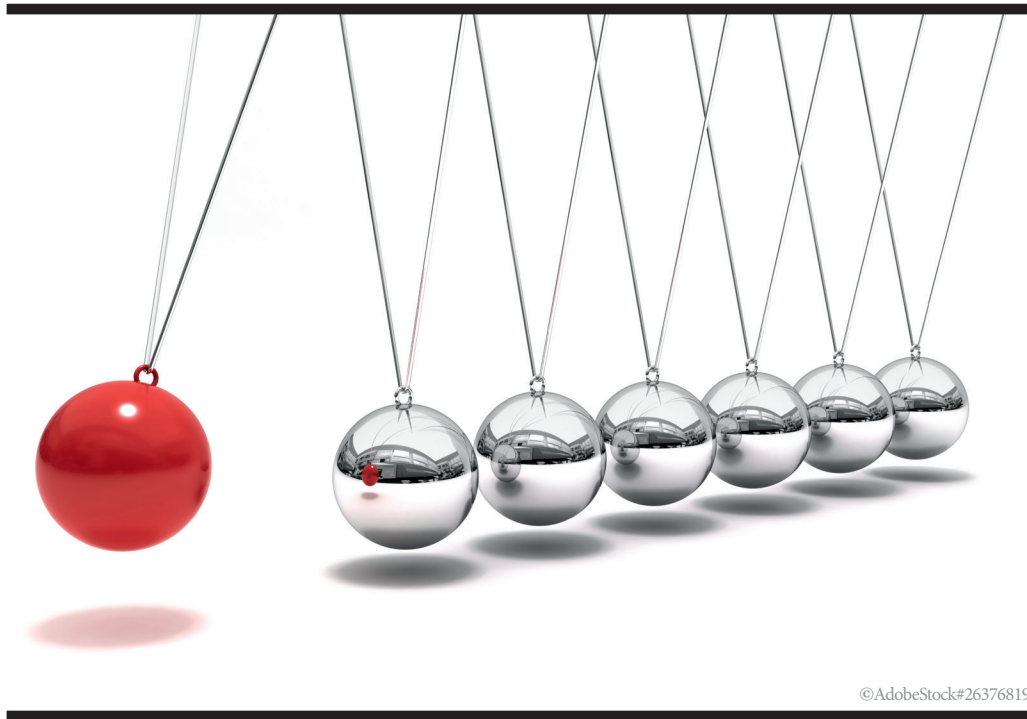


Impulse für den Vertrieb



©AdobeStock#26376819

*So STEuern Sie Ihren Vertrieb erfolgreich
durch DYNAMISCHE ZEITEN.*

AUTOR – PETER SCHREIBER

Vertriebsplanung in unsicheren Zeiten

Die moderne Geschäftswelt ist geprägt von politischen und wirtschaftlichen Schwankungen, technologischem Wandel und zunehmenden Regulierungen. Wie kann eine erfolgreiche Vertriebsplanung, die Optimierung der Prozesse sowie die Steuerung von Vertriebsteams unter diesen Bedingungen gelingen? Unternehmen stehen vor der Herausforderung, ihre Strategien und Ansätze an eine zunehmend volatile, unsichere, komplexe und ambivalente Welt anzupassen.

Den 360°-Überblick bewahren

Ohne eine fundierte Analyse, gute Prognosen und innovative Ideen kann keine erfolgversprechende Vertriebsstrategie entwickelt werden. In der schnelllebigen Geschäftswelt reicht es nicht aus, sich allein auf persönliche Erfahrungen zu verlassen.

- **Perspektivenwechsel:** Neue Ideen entstehen durch den Austausch mit Führungskräften aus anderen Unternehmen oder Branchen. Solche Gespräche können bestehende Annahmen bestätigen oder neue Erkenntnisse liefern, die wertvolle Impulse für eigene Strategien und Konzepte geben.
- **Einbindung der Vertriebsteams:** Die Teams im Vertrieb besitzen oft wertvolles Wissen über Kundenbedürfnisse und Markttrends. Diese Perspektiven sollten gezielt genutzt werden, um erfolgversprechende Maßnahmen zu entwickeln.
- **Externe Impulse:** Die Zusammenarbeit mit Business Coaches oder externen Beratern kann dazu beitragen, neue Lösungsansätze zu entdecken. Externe Experten bringen häufig frische Ideen aus anderen Branchen oder Projekten ein. Solche Kooperationen bieten eine Gelegenheit, alternative Wege zu erkunden und individuelle Ansätze zu stärken.

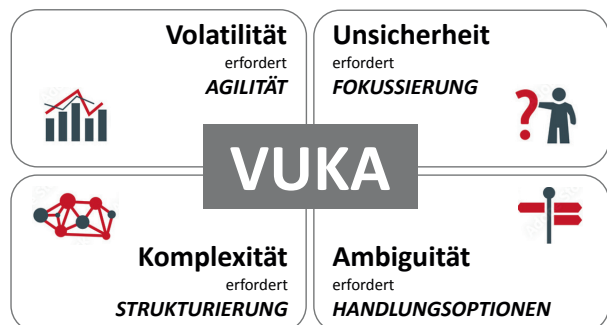
Ungewissheit?
Klare Strategie!
Starke Führung!

*In dynamischen
Zeiten ist der
Mensch der
entscheidende
Erfolgsfaktor im
Vertrieb, nicht nur
die Tools und
Prozesse.*

Vertriebsteams auf die VUKA-Welt vorbereiten

Die sogenannte VUKA-Welt (volatil, unsicher, komplex, ambivalent) erfordert von Unternehmen, ihre Vertriebsprozesse und -strategien neu auszurichten.

- **Mindset und Bewusstsein:** Führungskräfte und Vertriebsteams müssen sich bewusst mit den Veränderungen der Geschäftswelt auseinandersetzen. Dabei ist es wichtig, sowohl die internen Prozesse als auch die Anforderungen der Kunden zu berücksichtigen.



- Strategien für den Wandel: Neben rational durchdachten Konzepten benötigen Vertriebsteams eine emotionale Verbindung zur Strategie, um diese erfolgreich umzusetzen. Klare Linien und langfristige Orientierung helfen, das Vertrauen und die Motivation der Mitarbeitenden zu stärken.
- Prozesse und Tools: Automatisierung hat in den letzten Jahren viele Vertriebsprozesse effizienter gemacht. Doch die Anpassung an die VUKA-Welt erfordert mehr Flexibilität und eine stärkere Integration zwischen Menschen, Prozessen und Technologien.

Selling-Plan statt nur Sales-Plan

Ein Sales-Plan beschreibt, was ein Vertriebsteam erreichen soll. Oft bleibt jedoch unklar, wie die Ziele umgesetzt werden können. Hier setzt ein Selling-Plan an, der konkrete Maßnahmen definiert, um:

- quantitative und qualitative Ergebnisziele,
- Markt- und Kundenziele,
- Prozess- und Tool-Optimierungen sowie
- Personalentwicklungsziele zu erreichen.

Die klare Definition von Zielen und Maßnahmen hilft dabei, die Orientierung in einer schnelllebigen Geschäftswelt zu behalten.

Wem bietet die VUKA-Welt Chancen?

Die vorgestellten Ansätze richten sich an Organisationen, die ihre Vertriebsstrategien und -prozesse zukunftsfähig gestalten möchten. Besonders B2B-Unternehmen, Industriegüterhersteller und mittelständische Unternehmen können von diesen Strategien profitieren. Aber auch Verbände und Weiterbildungseinrichtungen, die Programme für Führungskräfte und Vertriebsteams entwickeln, finden in den vorgestellten Konzepten wertvolle Impulse.

Kernaussage

Erfolgreiches Vertriebsmanagement in der VUKA-Welt erfordert eine Kombination aus durchdachten Strategien, flexiblen Prozessen und einem klaren Mindset. Ein umfassender 360°-Blick, ergänzt durch den Austausch mit internen und externen Experten, schafft die Grundlage für eine zukunftssichere Ausrichtung. Unternehmen müssen nicht nur moderne Tools und Prozesse einsetzen, sondern auch sicherstellen, dass ihre Teams emotional hinter den Strategien stehen. Nur so können Unternehmen langfristig erfolgreich bleiben.

Über den Autor:



Peter Schreiber ist Experte für B2B-Vertriebsmanagement und Lehrbeauftragter an der Hochschule Mannheim. Mit seiner Arbeit konzentriert er sich darauf, praxisorientierte Ansätze für die Optimierung von Vertriebsstrategien und -prozessen zu entwickeln. ps@schreiber-managementpartner.de

Disclaimer

Dieser Beitrag wurde von Peter Schreiber, Experte im Bereich Vertriebsmanagement und Inhaber von PETER SCHREIBER & PARTNER, verfasst. Er soll Ihnen wertvolle Einblicke und Inspiration für die Gestaltung moderner Vertriebsstrategien bieten. Die vorgestellten Ansätze und Beispiele beruhen auf seiner langjährigen Erfahrung und Expertise. Der Fokus liegt darauf, praktische Impulse und Denkanstöße zu vermitteln – ohne dabei Dienstleistungen oder Produkte zu bewerben. Wir hoffen, dass Sie neue Perspektiven für die Herausforderungen der dynamischen Geschäftswelt gewinnen können.

Veränderungen zu antizipieren ist die wahre Stärke moderner Vertriebsorganisationen.

QUANTUM

FOR LEADERS ONLY!

EXPERTEN IM FOKUS

Interim Manager
Consultants, Coaches
Weiterbildungsinstitute
Finanzexperten
Personalberater

ZUVERSICHT ZUKUNFT

10 Dinge, die wir
wieder verlernen
müssen!

INTERVIEW
MARIA HÖFL-RIESCH
GOLD MUSS
GESCHMIEDET
WERDEN!

DAVID
FIORUCCI

ORGANISATIONS-
ENTWICKLUNGS
EXPERTE

NACHFOLGE

So finden Sie
diskret Käufer
für Ihr Unternehmen

LEADERSHIP

Tickt's bei Ihnen noch richtig?
Führung neu gedacht!

