

Vertrieb

DAS EXPERTEN-TEAM:



BERATUNGSBRIEF

Alexander Christiani

Mercuri-Chef Holger Dannenberg

Prof. Dr. Peter Winkelmann

Michael Ehlers

Anne M. Schüller

Dirk Kreuter

Martin Limbeck

AUSGABE 09/2010 – SEPTEMBER

www.Vertriebs-Experts.de

Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe September 2010

Holen Sie sich Ihre Vertriebsexperten ins Haus

Alexander Christiani, Mercuri-Chef Holger Dannenberg, Prof. Dr. Peter Winkelmann, Martin Limbeck, Michael Ehlers, Anne M. Schüller und Dirk Kreuter.

Der innovative Fachinformationsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen



Testen Sie jetzt im 2-Monats-Abo

www.Vertriebs-Experts.de

Strategie

5 konkrete Erfolgsstrategien nach der Krise

Trotz Krise erfolgreich sein und bleiben ist möglich. Die Krise als Chance begreifen und als Weg zum Erfolg nutzen. Dazu gehört auch die Offenheit für Veränderungen.

Von Dirk Schmidt

Die Auswirkungen von Krisen sind zumeist Lähmung, Stillstand und Demotivation. Nichts ist schlimmer für ein Unternehmen. Daher ist es so wichtig, die Chancen und Möglichkeiten einer Krise zu erkennen und für sich zu nutzen. Die erste Herausforderung besteht darin, die Verwerfung der bisherigen Strategien zugunsten neuer Ansätze zu nutzen. Neue Wege zu beschreiten ist schwierig, aber gleichzeitig sinnvoll und erfolgversprechender als die derzeitige, erfolglose Taktik. Menschen benötigen „große“ Inspirationen, um sich zu befähigen, die Spirale von Pessimismus und negativem Handeln zu stoppen. Gemeinsam im Team heißt es daher, positiv in die Zukunft zu schauen und neue lösungsorientierte Methoden zu entwickeln. Die Aufgabe des Vertriebsleiters ist hierbei, Vorbild und Motivator für die Kollegen zu sein und Begeisterung und Optimismus vorzuleben. Kontinuierliche Motivation ist dabei die Devise, Rückschläge normale Etappen auf dem Weg zum Ziel.

Ran an die Arbeit – Ziele im Team erarbeiten

Eine Hemmschwelle für ein gutes Arbeitsklima ist zumeist die Identifikation mit den Unternehmenszielen seitens der Mitarbeiter. Erster Schritt: Die Herausforderung muss von allen angenommen werden, um dann im zweiten Schritt gemeinsam im Team das große Ziel zu definieren. Dieses Endziel muss lösungsorientiert, realistisch und erreichbar sein, denn gelebtes lösungsorientiertes Denken gewinnt vor problemorientiertem Denken. Anschließend wird das große Ziel auf einzelne Etappenziele heruntergebrochen. Zweck dabei ist, die Ziele als Treibstoff auf dem Weg zum Verkaufserfolg zu nutzen. Durch die schnellere Erreichbarkeit kleinerer Etappen können die Erfolge im Team gemeinsam gefeiert werden und schaffen so wieder einen neuen Motivationsschub für die Kollegen. Die Ausformulierung der Etappenziele sollte klar und sehr konkret sein: Was werden wir bis wann wie umsetzen! Da das Team an diesen Schritten

gemeinsam gearbeitet hat, ist noch ein weiterer Pluspunkt gegeben: Neben der Wertschätzung der Mitarbeiter auch die Identifikation mit den selbst erarbeiteten Zielen. Als zusätzlichen Anreiz sollte ein Belohnungssystem im Unternehmen etabliert werden, um zusätzlich auch den Umsatz und den Erfolg der Firma zu unterstützen. Und damit ist auch der nächste Grundstein für Weiterentwicklung und zukünftige Erfolge gelegt!

Gemeinsame Vorbereitung des Verkaufsgesprächs

Auch oder gerade weil der Vertriebler zumeist allein beim Kunden ist, sollte das Team gemeinsam drei bis fünf Verkaufsargumente, eine Strategie für das Kundengespräch sowie Einwände und dessen Erwidern erarbeiten. Im Mittelpunkt jeder Argumentation steht dabei der Kundennutzen. Die Dienstleistung beziehungsweise das Produkt des Unternehmens muss auf die Funktionen, Besonderheiten und Zusatznutzen hin analysiert werden. Die Fragen hierzu: Welchen Mehrwert bietet das Produkt / die Dienstleistung für den potenziellen Kunden? Warum sollte der Kunde bei uns und nicht bei der Konkurrenz kaufen? Was sind die Unique Selling Propositions/Points unserer Leistung/unsere Produkts, auch im Vergleich zum Wettbewerb? Was ist das Besondere am Produkt? Welches Kundenproblem wird durch unsere Leistung gelöst? Gibt es noch ein „Sahnehäubchen“, um letztlich den Kunden vom Kauf zu überzeugen? Die gemeinsame Erarbeitung bietet Folgendes: Auf der einen Seite eine Auffrischung des Hintergrundwissens, eine detaillierte Auseinandersetzung mit dem Produkt/der Dienstleistung und eine Zeitersparnis bei den Verkaufsgesprächen beim Kunden.

Ein bisschen mehr „Arbeit“ muss sein

Durch die vorangegangenen Schritte sollte eine Zeitersparnis für Kundengespräche entstanden sein. Das Ziel ist, anstatt wie bisher vielleicht fünf potenzielle

Fortsetzung auf Seite 13

IMPRESSUM

Vertriebs-Experts ist ein Experten-Dienst mit einem monatlichen Beratungsbrief und einem Themenportal. Jährliche Bezugs- und Nutzungsgebühr 169,- Euro zzgl. 19% MwSt. Bestellungen ausschließlich über das Internetportal.

Das Experten-Team: Alexander Christiani, Holger Dannenberg, Michael Ehlers, Dirk Kreuter, Martin Limbeck, Anne M. Schüller, Prof. Dr. Peter Winkelmann

Redaktion (V.i.S.d.P.): Martin Hausmann, Schimmel Media Verlag

schimmel
VERLAG media
GmbH & Co KG

Verlag:
Schimmel Media Verlag GmbH & Co. KG,
Kantstraße 38, D-97074 Würzburg
Geschäftsführer: Martina Schimmel,
Gudrun Schimmel-Wanner, Ingo Schloo.

Abonnenten-Service:
Tel. 09 31 / 35 98 110,
Fax 09 31 / 35 98 111
abo@schimmel-media.de

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Verarbeitung, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Fortsetzung von Seite 12

Verkaufsgespräche pro Tag zu führen, diese auf zum Beispiel acht zu erhöhen. Da die Zeit ein knapper und nicht zu erhöhender Index bei dieser Gleichung ist und das Verkaufen Zeit erfordert, muss die Einsparung woanders erfolgen. Eine ausschlaggebende Rolle für den Unternehmenserfolg spielt das Thema Selbst- und Zeitmanagement des Vertrieblers. Die Grundlage hierfür ist eine effektive und genaue Organisation in Tages-, Wochen-, Monats- und Quartalspläne. Diese Pläne sind notwendig für ein strukturiertes, effektives Arbeiten und erfolgreiche Akquisegespräche. Es ist zwar eine Investition, aber dieses sehr bewährte Tool zur Unterstützung der Kollegen ist unverzichtbar, wird wahre Früchte tragen und sich mehr als doppelt wieder auszahlen: „Coaching on the Job“ durch externe Dienstleister führt langfristig zu mehr Erfolg, Umsatz, guten Zukunftsaussichten und auch Mitarbeiterzufriedenheit. Um die Kollegen auch langfristig zu motivieren, sich trotz Krise für ihr Unternehmen einzusetzen, sollte man ihnen weitere neue Anreize geben: Weiterbildungen spielen hierbei eine wichtige Rolle.

Die Krise ist keine Ausrede und eine Erwähnung nicht wert

Allzu leicht ist es, die Schuld jedem und allen zu geben: Der meistgenannte Schuldige in Krisenzeiten ist die Krise selbst. Aber auch Argumente werden immer wieder gerne genommen: Die Produkte sind suboptimal, die Preise sind zu hoch, die Angebote der Mitarbeiter sind besser, der Markt ist schwierig, die Geschäftspolitik des Unternehmens ist schlecht. Erfolgreiche Vertriebsteams geben nicht den Umständen die Schuld, sondern reflektieren und arbeiten an sich selbst. Diese Gewinner analysieren ihre Gespräche ohne Verkaufsabschluss: Wie und womit habe ich argumentiert? Welche Strategie lag meinem Gespräch zugrunde? Welche Fehler

habe ich gemacht? Nach der Ausdifferenzierung dessen, was nicht optimal gelaufen ist, entwickelt der Gewinner Lösungen, um mehr Erfolg und mehr Verkaufsabschlüsse zu erzielen. Die Lösung heißt, an sich selbst arbeiten und als Gewinner die Krise zu überleben.

Motivation ist das A und O jedes Tages!

Nicht nur eine positive Grundeinstellung, sondern auch Eigenmotivation ist wichtig. Viele schaffen dies allein oder im Team. Aber Hilfe anzunehmen ist auch ein guter Weg. Kostenlos gibt es täglich einen Motivationstipp von mir, Dirk Schmidt, direkt in Ihr E-Mail-Postfach. Geben Sie einfach die folgende URL in Ihren Browser ein: <http://www.dirkschmidt.com/kostenlos.html> und los geht's mit mehr Erfolg und Umsatz trotz Krise!

5 Erfolgsstrategien auf einen Blick

1. Ziele im Team erarbeiten
2. Gemeinsame Vorbereitung des Verkaufsgesprächs
3. Ein bisschen mehr „Arbeit“ muss sein
4. Die Krise ist keine Ausrede und eine Erwähnung nicht wert
5. Motivation ist das A und O jedes Tages!

Zum Autor: Dirk Schmidt

ist Experte für Motivation mit Schwerpunkt Vertrieb/Verkauf und verfügt über fundierte Praxiserfahrung aus seiner Zeit als Vertriebsleiter und Unternehmer in der Automobilbranche. Dirk Schmidt verwendet unter anderem Analogien aus der Welt des Sports, um daraus praxisnahe Erfolgsstrategien für das Berufsleben seiner Kunden – Führungskräfte und Mitarbeiter verschiedener Branchen, Unternehmensformen und -größen – abzuleiten.
www.dirkschmidt.com



NEWS

AB OKTOBER 2010 IN MÜNCHEN, FRANKFURT UND DÜSSELDORF Zertifikatslehrgang „Professional Speaking“ der German Speakers Association e.V.

Die Teilnehmer durchlaufen ab Anfang Oktober 2010 in 8 Wochenendblöcken in München, Frankfurt und Düsseldorf insgesamt 26 Lehrveranstaltungen zu den Kernkompetenzen eines Professional Speakers. Dazu gehören u.a. Branchenwissen und -erfahrung, Präsentation und Performance, Marketing, PR und Verkauf sowie Businessmanagement, Selbst- und Officeorganisation. Top-Speaker aus der Branche geben als Referenten in den Lehrveranstaltungen ihre Expertise und langjährige Erfahrung weiter. Zu den Dozenten gehören u.a. Sabine Asgodom, Sigi Haider, Dr. Stefan Frädlich, Martin Limbeck, Andreas Buhr, Cristián Galvéz, Michael Rossié, Bernhard Wolff und Thilo Baum.

Wie an Universitäten üblich, werden auch bei diesem Lehrgang „Credit Points“ (CP) nach dem ECTS-Standard vergeben. www.gsa-university.org.

18.09.2010 IN DRESDEN
23.10.2010 IN MÜNCHEN
27.11.2010 IN FRANKFURT
11.12.2010 IN KÖLN

„MOTIVATIONSTAG 2010“

Erleben Sie den „MOTIVATIONSTAG 2010“ mit Dirk Schmidt. Er vermittelt Ihnen Strategien und Methoden aus dem Leistungssport, die Sie unmittelbar umsetzen und täglich nutzen können. Hierbei stellt der Sport eine Metapher für das Leben dar. Auch für die „Unsportlichen“ unter uns. Die wertvollen Tipps verleihen Ihnen mehr Souveränität in Ihrem Berufs- und Privatleben. Sie lernen, welche Strategien aus dem Leistungssport Sie im Alltag weiterbringen, wie Sie Ihre Motivation dauerhaft auf einem hohen Level halten können, wie Sie Ihr Leben langfristig positiv verändern können, mit welchen Erfolgsfaktoren Sie Ihre Ziele erreichen und wie Sie Ihren inneren Schweinehund besiegen. Gewinnen Sie 2x3 Eintrittskarten mit einer E-Mail mit dem Stichwort „Motivationsstag“ an service@dirkschmidt.com.
www.dirkschmidt.com