

Was macht einen Profi im Vertrieb wirklich aus?

Wenn wir eine Art Meisterschaftsgrade im Vertrieb vergeben, was sind dabei die Kriterien?

Und wie kann ein mehr oder weniger talentierter Vertriebsmitarbeiter erkannt und gefördert werden?

Wenn wir Vertriebsarbeit zur Meisterschaft erhöhen, sind die einzelnen Stufen an klaren Kriterien erkennbar. Die erste meisterschaftliche Stufe im Vertrieb ist daran erkennbar, dass sich alle vier Managementkräfte - „Ergebnis, Vision, System und Integration“ - auf einem entwickelten Stand befinden. Gleichzeitig entwickeln sich die Verkaufskompetenzen von einer unentwickelten Stufe zu den nächst höheren und ergeben dadurch den Weg und die 3 Grade zur Meisterschaft im Vertrieb.

Erster Grad: Nur das Ergebnis zählt - oder gibt es noch was außer Umsatz?

Zu Beginn einer Vertriebskarriere stehen der unbedingte Wille und die Idee, vertrieblich erfolgreich zu sein. Wie ein Baby oder Säugling schreiend zur Welt kommt, verkündet der beginnende Vertriebler lautstark der Welt und den Firmen „hier bin ich, ihr könnt kaufen, kaufen, kaufen...“. In manchmal aufdringlicher Art und Weise verkauft dieser Vertriebsrambo im Markt. Für ihn zählt nur das Ergebnis, nichts weiter. Er denkt nicht im Entferntesten daran, sich mit seiner eigenen Zukunft oder den tatsächlichen Bedürfnissen seiner Kunden auseinanderzusetzen. Bestrebt in dem klaren Ziel, Erträge zu erwirtschaften, ist er ausschließlich an Techniken interessiert, die nur das zum Ziel haben.

Er selbst verwirkt jedoch seine Chance, den nächsten Entwicklungsschritt eines Vertriebsprofis zu gehen.

Zweiter Grad: Was ist zeitgemäß und sinnvoll - heute und morgen?

Der nächste Grad eines Vertriebsmitarbeiters ist durch die Motivation geprägt, für sich, seine Produkte und die Kunden eine tragbare Zukunft und eine erfolgreiche Gegenwart zu entwickeln. Er beschäftigt sich also mit der Frage:

Was ist zeitgemäß in meiner Branche und was kann ich heute tun, um auch morgen noch erfolgreich zu sein? Also was ist meine persönliche Vision als Verkäufer und wie kann ich diese für Kunden zum Ausdruck bringen? Und unweigerlich hat allein die Antwort für ihn zur Folge, dass er auch mit Kunden ins Gespräch kommt, die ihn bisher aufgrund seiner Profitorientierung ablehnten. In diesem zweiten Entwicklungsgrad eines Verkäufers gibt es also Antworten auf die Fragen. Was ist

heute und morgen für mich und meine Kunden entscheidend, damit wir erfolgreich sind und bleiben? Er kann also im Kundengespräch für jetzt und morgen Lösungen bieten, die adäquat sind, wobei sicherlich der heutige wirtschaftliche Erfolg im Vordergrund steht.

Kennzeichnend für dieses Level ist auch, das konkrete Interesse an weiterführenden Vertriebstechniken. Er beschäftigt sich also mit vertiefenden Techniken im Vertrieb und mit Psychologie im Allgemeinen. Ihm ist klar, dass hinter jedem Verkauf Menschen und Schicksale stehen und es letztlich darum geht, dies mit einzubeziehen. Er wird sich mit den Geheimnissen der neurolinguistischen Programmierung im Verkauf auseinandersetzen, und die manipulativen Techniken der Körpersprache erkennen. Weiterhin beschäftigt er sich auch mit Strategien und Taktiken in der Kundenansprache. Er ist sich an dieser Stelle ein Stück bewusster über die Wirkung seines persönlichen Auftritts und hat in jedem Fall ein As im Ärmel, um ein Kundengespräch zum Positiven zu wenden. Rhetorisch wird er sich verfeinern und auch mit dem Wortschatz so spielen können, dass er seine Verkaufserfolge erhöht. Und dennoch bleibt er bei manchen Kundenkontakten mit seiner Verkaufsstrategie erfolglos, weil er elementare Gesetze eines Verkaufsprofis nicht beachtet hat.

Dritter Grad: Wie lässt sich mit Stil und Strategie verkaufen? Wie bewahre ich meine eigene persönliche Leistungsfähigkeit?

Die nächsten Entwicklungsinhalte sind zum einen die strukturierte Herangehensweise an den Markt und an den Kunden sowie einen vernünftigen Einsatz der eigenen freien Ressourcen.

Auch hier erkennt der angehende Vertriebsprofi, der für höhere Vertriebsleistungen das

Potenzial hat, die Notwendigkeit, sein eigenes Verhalten gegenüber sich selbst und den Kunden zu professionalisieren. Und hier scheitern schon viele so genannte Vertriebsprofis an ihrer mangelnden Selbstdisziplin. An dieser Stelle ist das System des Vertriebs Erfolges zu optimieren und die Frage zu beantworten:

Wie können wir den Vertriebsablauf und das Gespräch optimieren? Oder wollen wir unseren Kunden weiterhin ewige Monologe und leere Worthülsen zumuten? Hier geht es also um Effizienz im eigenen Handeln, und in der Selektion der richtigen Kunden. Auch kann in dieser Stufe die Gesprächstechnik und der Gesprächsablauf so systematisiert werden, dass die Abschlusswirkung deutlich erhöht wird. Für den Vertriebsmitarbeiter bedeutet dies, auch zu erkennen, welche Potentiale bei einem Kunden möglich sind. Also in welchem Bereich sind weitere oder Zusatzgeschäfte zu generieren?

Er wird sich für die Auswahl der zu gewinnenden Firmen eine Entscheidungsmatrix entwickeln, die ihn dabei unterstützt, die „dicken Fische“ zu erkennen. Dabei definiert er eine konkrete Vorgehensweise, die ihm bei seinem Vertriebs Erfolg zu großen Abschlüssen verhilft. Er lernt an dieser Stelle die schnelle und gewissenhafte

Recherche über seine Kunden, Interessenten und Ansprechpartner, weil er sich darüber bewusst ist, dass eine TOP-Vorbereitung auf das Gespräch eine wirkungsvolle Unterstützung für seinen Erfolg ist.

Er handhabt das Angebotswesen und allen „Papierkram“ auf seine einfache und für den Kunden angenehme Art, dass dies nicht mehr als lästig empfunden wird, sondern einfach von der Hand geht. An dieser Stelle können wir sicherlich schon von einem weiterentwickelten Vertriebsmitarbeiter sprechen. Aber auf welchem Niveau wird das Ganze gelebt? Alle der bisher genannten Entwicklungsstufen können natürlich völlig roh und etikettenlos, oder stilvoll und elegant durchgeführt werden, d. h. auf einem niedrigeren oder hohen Niveau erlebt werden. Doch nur wer in jeder der bisher genannten Stufen eine bestimmte Kultivierung und höheres Niveau erreicht hat, dem ist es möglich, den ersten Meisterschaftsgrad im Vertrieb anzustreben. Hierzu zählt auch der Umgang mit sich selbst. Echte Vertriebsprofis haben das Thema Gesundheit, Wohlbefinden etc. für sich selbst schon lange in Balance. Denn jeder weiß, nur mit Arbeit lässt die Leistungsfähigkeit schnell nach. Dadurch ist die eigene und berufliche Entwicklung stark beeinträchtigt.

Vierter Grad

Erster Meisterschaftsgrad: Was ist der soziale Anspruch, der meinem Handeln zu Grunde liegt und wie wertschätze ich die Menschen, die mir im Verkaufsprozess begegnen?

Dieser Meisterschaftsgrad zeichnet sich durch die ethische Kultivierung des Verkaufsverhaltens aus, sofern man hier überhaupt noch von vordergründigem Verkaufsverhalten sprechen kann. Gemeint ist damit, dass sich der Vertriebsmitarbeiter folgende Fragen bewusst beantwortet:

Wie möchte ich tatsächlich mit mir, meinen Kunden, Interessenten und Mitarbeitern umgehen?

Was ist der soziale Anspruch, der meinem Handeln zu Grunde liegt und wie wertschätze ich die Menschen, die mir im Verkaufsprozess begegnen?

Das ist nun der nächste Grad der Entscheidung. Hier geht es um den bewussten Akt, klar- zustellen, wie ich den Kunden begegne. Was ist also die Einstellung zu meinem Ansprechpartner?

Wo setze ich für mich persönliche Grenzen, um zu erkennen, an welcher Stelle ich noch oder nicht mehr mit einem Kunden zusammenarbeite?

Wie kann ich dadurch mein Vertriebsergebnis und mein eigenes Wohlbefinden verbessern?

An dieser Stelle steht die Erkenntnis, dass auch emotionale Bürden zu tragen sind und nicht jedes Verhalten eines Kunden ertragen werden muss. Wer diesen Grad erreicht hat, kann sich sicherlich auch Profi nennen. Er erreicht Umsatz nicht durch naiven Verkauf, sondern durch seine entwickelte Persönlichkeit. Dies wirkt beim potenziellen Kunden so nachhaltig, dass sich dieser in bester Gesellschaft fühlt und bereit ist, jeden sinnvollen Weg mitzugehen. An dieser Stelle der Entwicklung des

Vertriebsprofis sind nun also die vier wichtigsten Managementkräfte entfaltet und haben ihren Raum und ihre Berechtigung. Es ist der kritische Dialog von Erlös heute, Zukunftsmanagement, Systemoptimierung und menschlichen Idealen, die Ihren Platz gefunden haben.

Ihren Platz im täglichen Denken, Handeln und Wirken eines meisterschaftlichen Vertriebsmitarbeiters. Oft integriert er seine Meisterschaft auch in sein Leben. Damit ändert er den Umgang mit anderen Menschen und sein Umfeld wird sich merklich verändern. Die Entwicklung kommt mit der Zeit, jedoch ist die Zeit kein Garant für die Entwicklung. Nur die bewusste und gezielte Entwicklung der eigenen Persönlichkeit kann zur Meisterschaft führen.

Die Prüfung:

Und von wem wird der Meistergrad bestimmt? Es ist der informierte Kunde, der die Wirkung des Repräsentanten der Firma beurteilt. Dieser Kunde wird sicherlich nicht unaufgefordert in Ihrem Unternehmen anrufen und kund tun, wie er den Auftritt Ihrer Vertriebsmitarbeiter beurteilt. Aber an den Aufträgen und Gesprächen können sie es bemerken. Woran erkennen also Sie in Ihrem Unternehmen den Entwicklungsgrad Ihrer Mitarbeiter?

Denn nur wer entwickelte Vertriebsmitarbeiter hat, besitzt die Chancen, auch sein Unternehmen auf einen meisterschaftlichen Grad zu heben.