



Vertrieb ist gar nicht so einfach  
Vertrieb stellt höchste Ansprüche  
Vertrieb heißt Kundenorientierung –  
individuelle Einstellung auf den Mensch  
Kunden



# Die besonderen Herausforderungen im Vertrieb

Erfolgsfaktor Nr. 2 in der Unternehmensführung

Runder Tisch Is

Köln | 20. August 2012 | 16:00 – 19:00 Uhr |

LAMBERT SCHUSTER  
VERTRAUEN UND ERFOLG AN IHRER SEITE



Wie ein erfolgreiches Verkaufsgespräch durchgeführt wird:

**3 Kernpunkte bestimmen das gesamte Gespräch**

**Die Geschichte mit dem Koffer und dem Schrank:  
Den eigenen Koffer erst öffnen, wenn der Kunde seinen Schrank geöffnet hat**

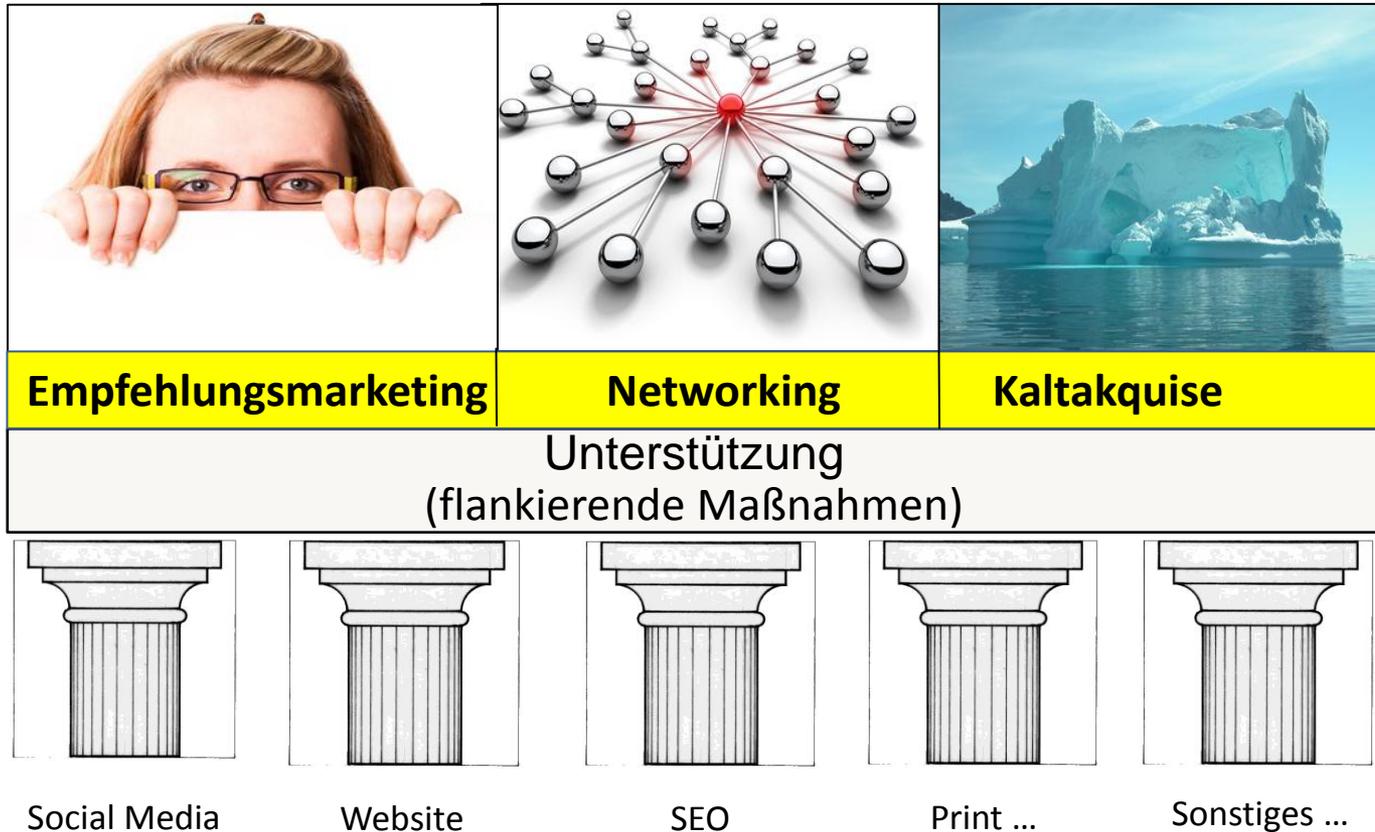
Im Kern sind drei Dinge zu bedenken:

- 1. Hat der Kunde Bedarf?**  
Notwendigkeit eines Produktes / einer Dienstleistung
- 2. Treffen die Produkte / Dienstleistungen den Bedarf des Kunden?**  
Argumentation der Leistung, des Nutzens des Produktes / der Dienstleistung für den Kunden
- 3. Ist der Kunde bereit, den geforderten Betrag für das Produkt auszugeben?**  
Rechtfertigung des Preises über den Nutzen



# Vertrieb – Elemente der Kundengewinnung

Welche Vertriebselemente bringen mir Erfolg?



# Vertrieb – Marketing- und Vertriebsplan

## Vertriebssystematik – am Anfang steht der Plan



Titel	Beschreibung	Start	Ende	v	Zy	Stk.	h/1x	h/Mt.	Fremd
Analysen	Marktanalyse (Web, Verbände, ...)	01.01.12	31.03.12	A, B	1		30,0		- €
	Zielgruppendefinition (Teamsitzung)		erl.	A, B	1		5,0		- €
	Partnerschaftsgespräche	01.03.12	31.05.12	A, B	1	5	4,0	20,0	- €
Basics	Webseite	01.05.12	31.07.12	B	1		20,0		3.000 €
	Webseite, SEO			C	m			4,0	300 €
	Newsletter	01.08.12		B	2w		10,0	6,5	- €
	Imagebroschüre		31.08.12	B	1	500			500 €
	Produktkatalog		31.08.12	B	1	100			750 €
	Präsentationen, Medium iPad		31.08.12	A	1	1			250 €
	CRM, Tool: Revolver, Anfangsbestand 100		31.05.12	C	1		50,0		- €
Bestandskunden	Bestandskundenpflege, Telefonakquise	01.08.12		C	d	5			- €
	Bestandskundenpflege, Besuche	01.08.12		A	w	1		8,6	- €
Empfehlungen	Empfehlungsmarketing	01.07.12		A	m	2	1,0		- €
Networking	Vorträge, Kooperationen, Stammtisch, ...	01.05.12		A, B	w	1	2,0	17,2	- €
Kaltakquise	Kundenpflege	01.08.12		C	d				- €
	CRM-Pflege	01.08.12		C	d				- €
	Aussendungen qualifiziert	01.08.12		B, C	w	25	15,0	17,9	- €
	Telefonakquise + 3 d	01.08.12		C	w	25		17,9	- €
	Kundenbesuche	01.08.12		A	m	10		40,0	- €
Social Media	Bloggen	01.10.12		B	w	1		12,9	
	Facebook Seite	01.10.12		B	d	1		5,3	
	Twitter	01.10.12		B	d	2		0,0	



**Wir erstellen den Marketing- und Vertriebsplan**

# Fallstudie 1: Konsequenz und Systematik

## Welche Elemente bringen mir Erfolg im täglichen Ablauf?



Hallo Herr Schuster,

Vielleicht ist die Wahrheit oft für mich erdrückend. Mit der Nase immer auf das eigene Problem gestoßen zu werden ist nicht einfach.

Ich will mich aber damit auseinandersetzen, die Abläufe in der Firma und meinen persönlichen Tagesablauf verbessern. Dennoch gewinnt zu oft die Lethargie. Wie überwinde ich die eigene Faulheit? Wie schaffe ich es, die Trägheit zu überwinden? Nur wenn die eigene Not groß genug ist, scheint die Wandlungsfähigkeit gegeben zu sein.

Ich verbringe den Tag mit lauter unproduktivem Mist, mit Schreiben, Prüfen, Telefonieren und Improvisation. Ich mache mir oft den Druck. „Du hast doch kaum Zeit dafür, also nudel es runter das geht schneller!“ Natürlich geht es schief. Natürlich dauert es später länger.

Ja, die Konsequenz ist die Lösung. Und da differenziere ich zu wenig. Meine Stunden schreibe ich bis jetzt sauber auf und stelle fest, dass zu viel Zeit für falsche Abläufe draufgeht. Nachprüfen und viele Kleinigkeiten die nicht sauber definiert wurden.

Es sind Ihre sogenannten Baustellen. Das Bewusstsein ist da! Aber die Blockade auch.

**Die muss ich lösen. Und es einfach tun.**

**Meine Empfehlung, riskieren Sie es mal und lesen Sie einen meiner Artikel über die Konsequenz:**

**[Wie Sie mit ein paar Tipps konsequenter und erfolgreicher werden](#)**

# SOLL – Zustand: Der ideale Tagesablauf

Seien Sie nicht frustriert, wenn es wieder nicht geklappt hat



Zeit	Tätigkeit	Aktionen
08:00	Tagesplan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tagesablauf strukturieren</li><li>2. Wichtige Mails bearbeiten, evt. XING-Aktivitäten</li><li>3. To Do's für den Tag mit Prioritäten festlegen</li></ol>
08:30	Telefonate	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mails abschalten, XING- und Facebook-Verbot</li><li>2. Aktuelle Telefonanrufe tätigen</li></ol>
09:00	Arbeiten ohne Ablenkung	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tages-To Do's konsequent nach Prioritäten abarbeiten</li></ol>
12:00	Vorbereitung	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Vorbereitung des Kundentermins um 14:00 Uhr</li></ol>
13:00	Mittag	
13.30	Im Auto	
14:00	Kundentermin	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Begrüßung und Aufwärmphase</li><li>2. Bedarfsanalyse</li><li>3. Präsentation und Einwandbehandlung</li><li>4. Abschluss und Zusammenfassung</li></ol>
18:00	Nachbereitung	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Nachbereitung des Kundentreffens mit To Do's</li><li>2. Mails, XING</li></ol>
19:00	Tagesschau	

# Fallstudie 2: Ihre Kundenorientierung

Mal ehrlich: wie sieht das bei Ihnen ganz persönlich aus?



Aktion	Ihre Reaktion	Mein Empfinden
Antwort auf meine Mail vom 28.07.12	Vielen Dank für Ihre Nachricht. Ich bin bis zum 19.08. in Urlaub und werde Ihre Anfrage anschließend umgehend bearbeiten. In dringlichen Fällen bin ich mobil erreichbar unter ...	Ja bin ich denn ein <b>Arsch?</b>
Anruf am 27.07.12 Gegen früher Nachmittag und früher Abend	„Guten Tag! Unser Büro ist zur Zeit nicht besetzt. Ich werde Sie <b>sobald es mir möglich ist</b> zurückrufen!“  „Willkommen bei ..., Ihrem Partner für ... <b>Unsere Geschäftszeiten sind montags bis freitags von 8 bis 13 und von 14 bis 17 Uhr.</b> Hinterlassen Sie doch eine Nachricht. Wir werden und <b>schnellstmöglich</b> bei Ihnen melden.“	1. Ich (als Kunde) bin da völlige Nebensache 2. Ich habe mich nach deren Dienststörung zu richten 3. Schnellstmöglich übersetze ich mit „ <b>irgendwann oder auch nie</b> “
Anruf zu jeder beliebigen Zeit	„Guten Tag, hier ist ... Sie können nun eine Nachricht hinterlegen. Ich rufe Sie gern zurück.“	<b>es geht auch kundenorientiert</b>
Auf der Webseite	Sie können mich persönlich von 9:00 Uhr bis 18:00 Uhr erreichen, für Berufstätige nach Absprache auch am Sonntagabend. Mit garantiertem Rückrufservice falls die Leitung besetzt ist! Mein Anrufbeantworter ist 7 Tage die Woche / 24 h am Tag eingeschaltet.	<b>das ist Kundenorientierung</b>

# Guter Vertrieb stellt höchste Ansprüche (1)

Mal ehrlich: wie sieht es mit der Kundenorientierung bei Ihnen ganz persönlich aus?



- ↪ Kundenorientierung ist heutzutage wohl der wichtigste Grundsatz jedes Unternehmens, welches erfolgreich sein will.
- ↪ Kundenorientierung bedeutet, das gesamte betriebliche Denken und Handeln auf den Kunden, d.h. auf seine Bedürfnisse, Wünsche und Probleme, auszurichten.
- ↪ 68% der Kunden wechseln das Unternehmen, weil sie sich missachtet oder gleichgültig behandelt fühlten. Nur 9% wechseln, weil die Ware oder Dienstleistung anderswo günstiger zu haben ist.
- ↪ Als Kunde bin ich zufrieden, wenn ich das Gefühl habe...
  - willkommen zu sein
  - respektiert zu sein
  - verstanden zu werden
  - man hört mir zu
  - man schätzt mich
  - man ist mir behilflich
  - man interessiert sich für mein Anliegen

Fazit:  
✓ Mit unzufriedenen Kunden kann man kein Geld verdienen.  
✓ Kunden von heute sind verwöhnt. und merken, ob sie für das Geld oder den Zeitaufwand einen entsprechenden Mehrwert bekommen haben oder nicht.

# Guter Vertrieb stellt höchste Ansprüche (2)

## Der Fluch des Wissens



Sicher haben Sie das auch schon einmal erlebt. Jemand erzählt Ihnen etwas voller Begeisterung über seine Arbeit oder sein Hobby. Nach dem dritten oder vierten Satz schreit es aus Ihnen heraus: „**Worüber redet der eigentlich? Kann der sich nicht mal verständlich ausdrücken?**“

Ich bin sicher: **Sie tun das auch!** Der Grund liegt im „Fluch des Wissens“. Je mehr wir über eine Sache wissen, desto selbstverständlicher wird dieses Wissen für uns. Die Arbeit und die Mühen, die wir investiert haben, um uns dieses Wissen oftmals über Jahre anzueignen, verdrängen wir nur allzu gerne. Davon wird sich niemand zu 100% freisprechen können.





# Guter Vertrieb stellt höchste Ansprüche (4)

## Der Fluch des Wissens



Der Verkäufer im Computergeschäft rasselt die Technischen Daten in Gigabyte, Bustakt und Prozessortechnologie runter.

Sie wollen schreien:

**„Ist das der richtige Rechner, um ein paar Briefe zu schreiben, im Netz zu surfen und E-Mails zu verschicken?“**

# Kundengewinnung und Kundenorientierung...

## ... komplex auf der Beziehungsebene zwischen Menschen (1)



### Kundenorientierung - wie geht das?

- ↪ Willkommen zu sein, respektiert zu sein, verstanden werden, man hört mir zu, man schätzt mich, man ist mir behilflich, man interessiert sich für mein Anliegen, ...
- ↪ Sich stets positiv äußern: „Klar, das erledige ich sofort, kein Problem, heute noch. **Morgen ist das bei Ihnen.**“
- ↪ Alle Zusagen **punktgenau** einhalten: Versprechungen, Anrufe, Termine, Preisvereinbarungen, Zusendungen, Unterlagen, Angebote, ...
- ↪ Schnelligkeit: Wenn Sie heute mit dem Kunden Kontakt hatten, dann werden die To Do's **heute** (und nicht erst morgen oder irgendwann) noch erledigt.



# Kundengewinnung und Kundenorientierung... ... komplex auf der Beziehungsebene zwischen Menschen (2)



## Kundenorientierung - wie geht das?

- ↳ **Verlässlichkeit:** Gegebene Zusagen sind dafür da, eingehalten zu werden (egal wann und wie). Wenn mal ein Verzug eingetreten ist, dann den Kunden präventiv anrufen. **Aussitzen ist verboten!**
- ↳ Fehler zugeben
  - Hören Sie auf mit den Ausreden. Lassen Sie das Verarschen des Kunden sein. Der merkt das immer und nimmt Ihnen das übel.
  - Geben Sie den Fehler zu und entschuldigen Sie sich. Das akzeptiert der Kunde (aber nur einmal).



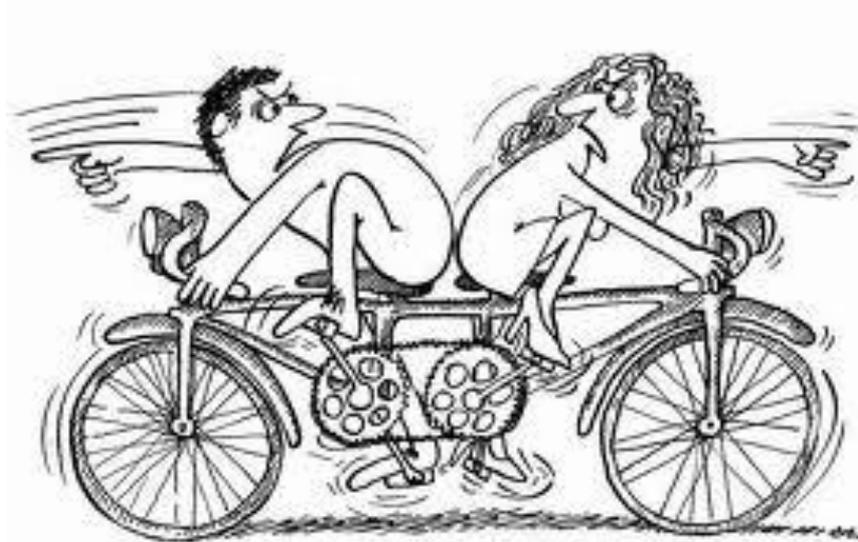
# Kundenbeziehung und Kundenbindung (1)

## Hochkomplex auf der Beziehungsebene zwischen Menschen



### Ein Frage der Beziehungsebene zum Kunden

- ↪ Beziehungen zwischen Menschen sind hochkomplex
- ↪ Eine langfristige **Kundenbeziehung** entsteht allerdings erst nach mehreren Kundenkontakten. Mit jedem zusätzlichen Kontakt ...
- ↪ Wenn man einem Menschen trauen kann, erübrigt sich ein Vertrag. Wenn man ihm nicht trauen kann, braucht man Regeln über das sich vertragen, eben einen Vertrag.



# Kundenbeziehung und Kundenbindung (2)

## Hochkomplex auf der Beziehungsebene zwischen Menschen



### Ein Frage der Beziehungsebene zum Kunden

- ↪ Vertrauen aufbauen – wie geht das?
  - Den Kunden verstehen.
  - Dem Kunden Anerkennung und Wertschätzung entgegen bringen
  - Punktgenaues Einhalten von Zusagen.
- ↪ Eine Beziehung herstellen
  - Das geht viel auf der persönlichen Ebene; es geht um die Person, den Menschen.
  - Beziehung kennt keinen Unterschied zwischen dienstlich und privat.



# Die besonderen Herausforderungen im Vertrieb

Erfolgsfaktor Nr. 2 in der Unternehmensführung



... und tun Sie's

**Der Umgang mit Menschen im Vertrieb ist die größte Herausforderung**



**Ich wünsche Ihnen  
Erfolg, Erfolg und Erfolg**

# Speed Dating

## Der Elevator Pitch



Thema	Inhalt	nicht vergessen
Vorstellung	Ihr Name, Ihre Firma	Visitenkarte
Anwendungsbereich	Wo werden Ihre Produkte / Dienstleistungen eingesetzt?	evt ein Beispiel
Produkte / Dienstleistungen	<b>Kurz</b> vorstellung der Produkte / Dienstleistungen	Muster
Kundennutzen	Nutzen und Vorteile für Ihren Gesprächspartner	
i-Tüpfelchen	Besondere Attraktion	was wäre für Ihren Gegenüber besonders interessant?
Abschluss	Kein Gespräch ohne Abschluss. Kommt es zu einer Vereinbarung?	lohnt sich eine Vertiefung in einem getrennten Treffen / Gespräch?