

Vorhang auf – der überzeugende Auftritt im Verkaufsgespräch

Dr. Johann Fischl, Februar 2022

Das persönliche Verkaufsgespräch ist der teuerste Vertriebskontakt für ein Unternehmen und auch der ressourcen-intensivste Moment der Wahrheit für die Kunden in ihrer Reise im Unternehmen. Die Covid-Pandemie hat den Druck auf die Qualität dieser Kontakte im B2B-Vertrieb enorm erhöht. Besuche durch Außendienstmitarbeiter wurden von den Kunden gänzlich untersagt oder drastisch zurückgefahren. Was bleiben wird, ist eine gesteigerte Sensibilität für den Mehrwert, den der Vertriebsaußendienst in seinen Kundenbesuchen generiert. Das persönliche Verkaufsgespräch wird auch in der Zukunft seine Bedeutung haben, der Einsatz dieses Verkaufskontaktes im Verkaufsprozess wird aber eine starke Veränderung erfahren.

Vom Besucher zum Verkäufer

Besucher lassen ihre Tätigkeit im Vertriebsaußendienst zur Routine verkommen. Ein Tourenplan gibt die Reiserouten in einem definierten Verkaufsgebiet vor, und die Bestandskunden, die auf dieser Route liegen, werden entsprechend angefahren. Die Vorbereitung auf die einzelnen Verkaufskontakte wird vernachlässigt, denn der Kunde kennt das Unternehmen und die Verkäufer*in den Kunden. Die Gleise der Geschäftsbeziehung sind eingefahren und die Entwicklung bleibt auf der Strecke. Es etabliert sich das Gefühl, im Vertrieb könnte wesentlich mehr gehen.

Verkäufer hingegen konzentrieren sich auf ihre strategische Verantwortung in der Kundengewinnung und Kundenentwicklung. Das sind die beiden Treiber generischen Wachstums. Mit der Gewinnung neuer Kunden mit hohem Potenzial und dem kontinuierlichen Ausbau des Lieferanteils bei den Bestandskunden sorgen sie für Wachstum unabhängig von der Branchenentwicklung. Beide Verkaufsprozesse verlangen das persönliche Verkaufsgespräch mit professioneller Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung. Damit werden Kundengewinnung und Kundenentwicklung zum entscheidenden Arbeitsinhalt im Vertriebsaußendienst.

Was den Mehrwert ausmacht

Die Vertriebsmitarbeiter*innen sind im B2B-Vertrieb die wichtigsten Faktoren für die Loyalität der Kunden. Sie können in einem Marktumfeld, wo Leistungsangebote immer ähnlicher werden, den entscheidenden Unterschied zum Wettbewerb ausmachen. Ihre fachliche Kompetenz, ihre Beziehungsstärke und ihre Fähigkeit, auf der Basis einer tiefen Kenntnis des Geschäftes der Kunden und der Möglichkeiten des eigenen Unternehmens Partnerschaften mit den Kunden zu entwickeln, macht den erlebbaren Mehrwert in der Kundenbetreuung aus. Der Kunde bietet mit dem vereinbarten Termin der Verkäufer*in die Bühne. Es liegt an der Verkäufer*in, diese Bühne für einen überzeugenden Auftritt zu nützen.

Das Verkaufsgespräch als Bühne

Das persönliche Verkaufsgespräch ist der effektivste Verkaufskontakt. Es stehen sämtliche Kommunikationselemente (Körpersprache, Tonalität, Botschaft) und etwaige visuelle Hilfsmittel (Präsentationen, Produktmuster) für die Überzeugung des Kunden zur Verfügung. In der Vorbereitung geht es um alle Faktoren, die einen überzeugenden Auftritt auf der Bühne ausmachen (siehe Abb.1). Nur wer ein klares Ziel vor Augen hat, ein Drehbuch entwickelt, wie das Gespräch zum Ziel führt, und die eigene Rolle (Fragetechnik, Argumentation, Einwandbehandlung, Abschlusstechnik) beherrscht, ist auf dieser Bühne erfolgreich.

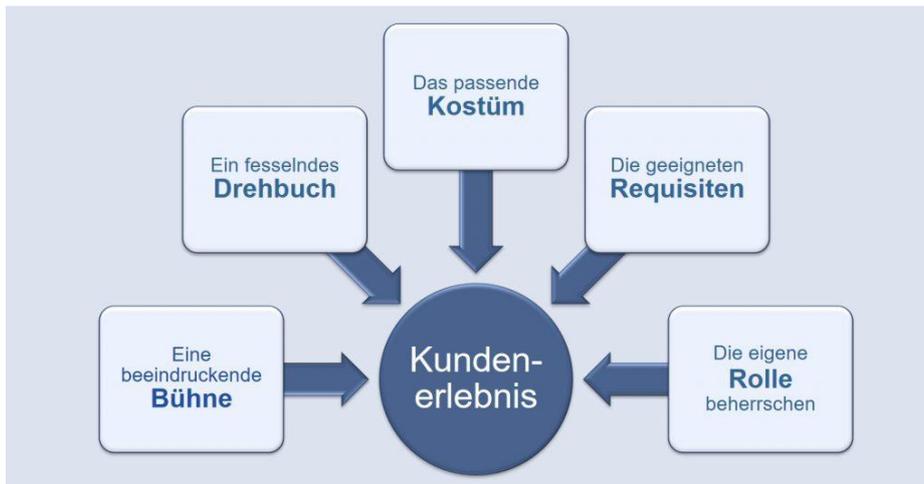


Abb. 1: Was einen überzeugenden Auftritt ausmacht (Quelle: CONSENZUM)

Wenn 50% des Verkaufserfolges in der Vorbereitung des Verkaufskontaktes liegen, dann ist es grob fahrlässig, unvorbereitet zu einem Kunden zu gehen. Jede Vorbereitung ist Training, und jedes Training ist eine Chance, die eigene Rolle im besser zu beherrschen.

Den Auftritt trainieren

Entwicklung erfordert Verkaufstraining. Dabei geht es um die richtigen Impulse, um das Üben, um Feedback und Reflexion. Die Situationen wiederholen sich ständig, Überraschungen gibt es nur bei mangelnder Vorbereitung und zu wenig Training.

Die **CONSENZUM Managementberatung** unterstützt Verkaufsteams in der Entwicklung ihrer Verkaufsstärke. Dabei spannen wir methodisch den Bogen von Impulsvorträgen, über Verkaufsseminare, bis hin zu Einzel- und Team-Coachings. Wir begleiten Außendienstmitarbeiter*innen on-the-job in Kundenbesuchen und setzen in der Reflexion Trainingsreize, die unmittelbar im nächsten Kundenbesuch umgesetzt werden.

Johann Fischl

CONSENZUM - Managementberatung

fischl@consenzum.com | www.consenzum.com

Vertriebsentwicklung – Strategieentwicklung – Prozessoptimierung – Unternehmensnachfolge
