

Redaktioneller Artikel

„Wir machen das mit den Fähnchen“

Über den traurigen Zustand der Vertriebsarbeit in vielen Unternehmen...



Vielleicht erinnern Sie sich noch an diesen Werbespot der Sparkassen?

„Wir machen das mit den Fähnchen.“ Vielleicht erinnern Sie sich noch an diesen Werbespot der Sparkassen? Falls nicht: „Sparkasse Fähnchen“ google'n. Dieser Clip veranschaulicht auf witzige und fast schon tragische Weise den traurigen Zustand der Vertriebsarbeit in vielen Unternehmen.

Der Vertrieb in Unternehmen - Eine Analyse

Nach fast 20 Jahren Vertriebsberatung und -training bin ich immer wieder überrascht, wie hemdsärmelig viele Unternehmen im Umgang mit ihrem Vertrieb unterwegs sind. Bei uns rufen Unternehmen an und sagen sinngemäß: „Wir bräuchten mal wieder ein Verkaufstraining - Einwandbehandlung, Abschlusstechniken, Cross Selling und so.“ Wenn ich nachfrage: „Wie machen es Ihre Verkäufer denn heute? Welche Systeme, Methoden und Instrumente sind denn im Vertrieb so etabliert?“, dann tönt mir oft lautes Schweigen entgegen. Okay, Kunden wissen im Normalfall, was sie wollen, aber selten, was sie brauchen...

Wir starten also meist mit einer Analyse der aktuellen Situation im Vertrieb - mit unserem Vertriebscheck. Dazu werden an Mitarbeiter im Vertrieb, aber auch in anderen Abteilungen Fragebögen verteilt. In diesen werden die individuellen Sichtweisen der einzelnen Mitarbeiter zu 15 Aspekten der modernen Vertriebsarbeit abgefragt. Aus der Gesamtheit der Antworten ergibt sich ein umfassendes und aufschlussreiches Bild der aktuellen Vertriebsarbeit und es lassen sich konkrete und individuelle Handlungsempfehlungen ableiten.

Flapsig ausgedrückt zeigt das Ergebnis leider oft: Das Geschäft ist über viele Jahrzehnte gewachsen, eine Handvoll Unternehmen teilen sich den Markt auf und keiner tut dem anderen weh. In Produktion und Logistik wurde optimiert, der Vertrieb wird vom Geschäftsführer nebenbei oder von ein paar alten Hasen im Halbschlaf erledigt. (Ein paar junge Vertriebler sind auch oft an Bord, aber deren Ideen werden nicht gehört.) Irgendwie läuft es halt.

Zufriedenheit ist ja Erwartungsmanagement und deshalb frage ich im Auswertungsgespräch erst einmal: „Was wollen Sie jetzt tun? Sie haben die Wahl zwischen zwei Varianten:

- Variante A: Sie wollen sich im Vertrieb wirklich weiterentwickeln. Da werden ein paar Mitarbeiter erst einmal schlechte Laune bekommen, weil sie etwas tun müssen, was sie nicht wollen oder etwas lassen sollen, was sie gerne tun. Der Lohn ist allerdings ein deutlich höherer Wirkungsgrad in der Vertriebsarbeit.

- Variante B: Sie absolvieren ein paar kosmetische Seminare an netten Orten. Wir kleben hier und da mal ein Pflaster drauf und hören uns therapeutisch das Wehklagen Ihrer Verkäufer an.“

Natürlich wollen die meisten Auftraggeber Variante A. Aber letztens erhielt ich auch mal wieder folgende Antwort: „Herr Löser, wenn wir uns so einen wie Sie holen, dann nehmen wir unseren Wettbewerbern bestimmt ein paar Marktanteile ab. Aber dann holen die sich auch einen wie Sie. Und dann nehmen die uns davon bestimmt das meiste wieder weg. Gewinnen tun dabei doch nur die Löser dieser Welt.“ Ganz getreu dem Motto „Wir machen das mit den Fähnchen!“ also.

Wie sehen Sie das? Diskutieren Sie mit, ich freue mich auf Ihre Nachrichten und Kommentare!

#derLÖSER für Vertriebsaufgaben

Jens Löser

Copyright © 2018 - Löser Consulting/ Jens Löser