

# BOBKAS BUSINESS – 05/2015

## Erfolgsrezept der 7 Kostbarkeiten im Vertrieb

Nachgehakt: Generieren Ihre Verkäufer bereits im Akquiseprozess Alleinstellungsmerkmale für potenzielle Neukunden? Nur wer zukunftsorientierte und kreative Lösungen bietet, die strategische Wettbewerbsvorteile für den Kunden schaffen, gehört im Vertrieb hochgradig erklärungsbedürftiger Investitionsgüter zu den Erfolgreichen. Kreativität beweist Ihr Vertrieb aus Sicht des Kunden, wenn er neue Lösungen für aufgetretene Probleme findet, diffuse Schwierigkeiten erkennt und vernachlässigte Themen aufspürt. Dazu sollte sich Ihr Verkäufer im Business des potenziellen Kunden als strategischer Entwickler und Berater begreifen. Er kennt dessen Märkte und unternehmerisches Umfeld genau und kann aktuelle und künftige Branchenentwicklungen objektiv einschätzen. Im Mittelpunkt stehen die unternehmerischen Herausforderungen Ihres Kunden. Nur durch die fundierte Kunden-Expertise kann Ihr Verkäufer Defizite aufdecken, die den Erfolg des Kunden behindern und sich mit einer zukunftsorientierten Problemlösung im Wettbewerb positionieren. Voraussetzung für den Erwerb dieser Expertise ist stets die exzellente Vorbereitung. Profundes Markt- und Branchenwissen, aber auch eine spezifische Recherche vor jedem Kundengespräch sind hierbei unabdingbar. Zudem gilt es, die tatsächlichen Entscheidungsträger des potenziellen Kunden zu eruiieren, um eine effiziente Kundenansprache zu ermöglichen. Dazu benötigt Ihr Verkäufer entsprechende Freiräume in der Gestaltung seiner Arbeitsweise. Er muss in die Welt des potenziellen Kunden eintauchen, im Umfeld des Entscheiders recherchieren und Informationen zu den verschiedenen Unternehmensbereichen des Kunden sammeln, um die elementaren Key Facts für eine kundenspezifische Problemlösung selektieren zu können. Im Kundengespräch gilt es, mit Fingerspitzengefühl die Bedürfnisse hinter den artikulierten Wünschen aufzuspüren. Einwände hinsichtlich eines hohen Preises Ihrer Produkte resultieren möglicherweise in erster Linie aus der unausgesprochenen Suche nach echter Innovation. Diese soll dem Kunden helfen, den eigenen USP auszuformen, Mehrumsätze zu ge-

nerieren und so die Investitionskosten schnell zu amortisieren. Ihr Produktportfolio sollte so zusammengesetzt und präsentiert werden, dass es Ihren potenziellen Kunden bei der Verwirklichung dieser Ziele individuelle Unterstützung bietet. Hierbei sind entsprechendes Einfühlungsvermögen und das Know-how spezieller Fragetechniken von Nöten, um den Kunden die Lösung selbst aufspüren und formulieren zu lassen. Flexibilität ist zudem gefragt in der Balance eines vertrauensvollen Beziehungsaufbaus und der permanenten Fokussierung auf den Verkaufsabschluss. Nachdem Ihr Verkäufer den Weg zur Lösung geebnet hat, sollte er dem Kunden seine aktive Unterstützung bei der Umsetzung anbieten. So unterstreicht er das nachhaltige Interesse an der Geschäftsbeziehung. Sprechen Sie noch heute mit Ihrem Vertriebsteam darüber. Viel Erfolg bei der nächsten Akquise!



**TOBIAS BOBKA**  
Dipl.-Betriebswirt (DH)

---

### BOBKAS BUCH



*“Was Unternehmer und Unternehmen erfolgreich macht – die 7 Kostbarkeiten“.  
Kostenlos hier bestellen.*

---