

Der technische Vertrieb stellt besondere Anforderungen an den heutigen Vertriebler. Fachwissen allein reicht schon lange nicht mehr aus.

1. Eine Verpackung ist nicht weniger entscheidend als ihr Inhalt, da im Unterbewusstsein des Kunden eine professionelle Verpackung auf mehrere Arten wahrgenommen werden kann und somit beispielsweise folgendes suggeriert:

Ihre Dienstleistung/Ihr Produkt

- ist gut
 - beinhaltet keine Risiken
 - ist besser als seine Substitute
2. Ein sicheres Auftreten, quasi Ihre „Verpackung“ als Vertriebler, ist für die meisten Kunden sehr wichtig. Ihr Verhalten beeinflusst maßgeblich die positive oder negative Wahrnehmung Ihres Produktes, denn Ihre Interessenten und Kunden erwarten eine „professionelle“ Persönlichkeit. Wer sich in seinen Kunden hineinversetzen kann und weiß, was er wirklich will, kann sich von der Konkurrenz maßgeblich abheben und den Kunden langfristig an sein Unternehmen binden.

Legen Sie als Vertriebler daher gesteigerten Wert darauf, Ihre Kundenkontakte in vertrauensvolle Kundenbeziehungen zu verwandeln, indem Sie sich nicht nur auf den Menschen als Käufer konzentrieren, sondern ebenso versuchen herauszufinden, was ihn wirklich bewegt, Ihr Produkt zu kaufen. Dabei sollten Sie besonderes Augenmerk auf seine Wünsche, Ängste und Hoffnungen legen. Erfolgreiche Vertriebler überzeugen in der täglichen Praxis durch ihre Persönlichkeit, da sie glaubwürdig ist und im Erstkontakt mit dem Kunden überzeugend wirkt.

- Sagt Ihr Kunde zu Ihnen als Mensch „Ja“, haben Sie bereits fast gewonnen.

Als Vertriebler benötigen Sie ein hohes Maß an Einfühlungsvermögen. Sie müssen in der Lage sein, eine annähernd richtige Vorstellung davon zu entwickeln, wie der vor Ihnen sitzende Kunde fühlt und denkt, was er fürchtet und erwartet.

Der Kunde erwartet, dass Sie ihm Wohlwollen entgegenbringen. Sie müssen davon ausgehen, dass er sehr wohl spürt, ob Sie ihm mit Abneigung oder Sympathie entgegenreten oder ob er Ihnen als Mensch gleichgültig und nur als Käufer von Bedeutung ist.

Der Kunde erwartet von Ihnen ein hohes Maß an Wertschätzung. In den meisten Fällen erhält er diese in seinem beruflichen und privaten Umfeld nur im geringen Maße. Und zu guter Letzt erwartet der Kunde, dass Sie ihm danken: für die reibungslose Abwicklung der laufenden Geschäfte, z. B. über die Beauftragung des Projektes, über wertvolle Informationen oder für den vereinbarten Rückruf. Denken Sie bitte daran, dass es gerade in den heutigen Zeiten nicht selbstverständlich ist, dass der Kunde zum Funktionieren der Beziehung seinen Anteil leistet.

Des Weiteren erwartet der Kunde,

- dass Sie höflich sind
- dass Sie taktvoll sind
- dass Sie hilfsbereit sind
- dass Sie beharrlich bleiben
- dass Sie ihm Sicherheit bieten
- dass Sie seine Gefühle ernst nehmen
- dass Sie zuverlässig sind

Ihre persönliche Einstellung Ihre persönliche Einstellung zum Produkt oder Ihrer Dienstleistung entscheidet maßgeblich über den Erfolg- oder Misserfolg im täglichen Vertriebsbusiness. Nachfolgende Voraussetzungen müssen Sie tagtäglich fördern, um ein sicheres Auftreten bei Ihren Kunden sicherzustellen:

- Seien Sie sich Ihrer Branche stets bewusst
- Seien Sie mit den Stärken und Schwächen Ihres Produktes vertraut
- Achten Sie auf ein ausgeglichenes und authentisches Verhalten
- Und last but not least: Mögen Sie sich selbst!

Ihre persönliche Einstellung ist immens wichtig für eine dauerhafte Vertriebspower.

Die Voraussetzungen für ein sicheres Auftreten Wichtiger denn je ist Ihr ganz persönliches Umfeld, um einen erfolgreichen Vertrieb durchzuführen. Nachfolgende Bedingungen müssen einfach positiv vorhanden sein, um einen guten Vertrieb durchzuführen und vor allem authentisch und ausgeglichen auf Ihre potentiellen Kunden zu wirken:

- Ihre Familie
 - Ihre Freunde
 - und vor allem Ihre Gesundheit
- } → Selbstwertgefühl und sicheres Auftreten

Sollte einer dieser Punkte nicht im Gleichgewicht sein, werden Sie feststellen, dass Sie keine oder schlechte Ergebnisse abliefern werden. Sie haben einfach den „Kopf“ nicht frei; selbst am Telefon merkt Ihr Gesprächspartner genau, wie es Ihnen geht, und er assoziiert somit auch das von Ihnen angebotene Produkt als negativ.

Mit Sicherheit strahlt in unserem Leben niemals nur die Sonne. Sollten Sie Probleme haben, die Sie nicht vor dem Office „abschütteln“ können, reden Sie mit Ihren Vorgesetzten, nehmen sich ggf. eine Auszeit oder wenden Sie sich anderen Aktivitäten im Unternehmen zu, die keines Kundenkontakts bedürfen. Sie werden feststellen, dass Sie später, wenn Sie Ihre Probleme einigermaßen im Griff haben, Ihren Job mit viel mehr Elan und Freude durchführen können.

Ihre Einstellung zum Produkt bzw. zum Unternehmen Für einen schlechten Vertrieb gibt es viele Ausreden, Ausreden, die man nutzt, um sich selbst zu schützen, oder seinen Vorgesetzten Woche für Woche präsentiert:

- Das Produkt ist nicht marktgerecht oder falsch positioniert.
- Die Planzahlen sind zu hoch angesetzt.
- Der Markt ist gesättigt.
- Es fehlt an potenziellen Kunden.
- Die Konkurrenz hat „bessere Preise“.

Mit Sicherheit könnte ich noch weitere „Ausreden“ aufzählen. Das Grundproblem ist jedoch immer dasselbe: Es mangelt den Vertriebsmitarbeitern an Begeisterung und an Überzeugung. Wenn Sie persönlich nicht von Ihrem Produkt überzeugt sind, überträgt sich das automatisch auf Ihre potentiellen Kunden und sie werden nicht kaufen oder – im worst case – bei Ihrer Konkurrenz. Geben Sie also nicht der „Welt“ Schuld, sondern Ihrer persönlichen Einstellung!

- Sie müssen selbst in Ihrem privaten Umfeld von Ihren Produkten „schwärmen“
 - nur dann haben Sie das Zeug, ein Topverkäufer zu werden.

An dieser Stelle schliesst sich der Kreis: Nur wenn Sie zu 100 % von Ihrem Produkt überzeugt sind und ein positives privates Umfeld besitzen, werden Sie eine „Verkäuferaura“ entwickeln, die mit Sicherheit dauerhaft zum Erfolg führen wird.

Professionelle Vertriebspower im Maschinen- und
Anlagenbau

So stärken Sie sich und Ihre Mitarbeiter für den
persönlichen Kundenkontakt

Krause, C.

2012, XIII, 138 S. 66 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8349-3578-6