
Vorwort oder warum Sie dieses Buch lesen sollten

Glück ist ein flüchtiger Bekannter. Erfolg aber basiert auf Engagement, Leidenschaft und Hartnäckigkeit – gerade im Technischen Vertrieb. Im beruflichen Alltag jedoch fällt Vieles der Routine zum Opfer, wird der Blick für das Wesentliche gern verstellt. Dieses Buch verfolgt den Ansatz, die erfolgreichen Säulen des Vertriebs praxisnah aufzuschlüsseln, Verbesserungspotenzial auf vielen Ebenen aufzuzeigen und neu für sie zu sensibilisieren. Manchmal muss man neue Wege gehen, um erfolgreicher zu sein, manchmal alte Wege ausbauen. In jedem Fall aber muss man offen sein und neugierig bleiben. Denn wer stehen bleibt, kann nur verlieren.

Technische Produkte und Dienstleistungen zu vertreiben, stellt besondere Herausforderungen an alle beteiligten Personen. Vorstände, Geschäftsführer, Vertriebsleiter und Vertriebsmitarbeiter sind kontinuierlich gefordert, ihre Produkte und Dienstleistungen den nationalen und internationalen Märkten anzupassen, neue Kunden zu akquirieren, bestehende Kunden zu binden, Alleinstellungsmerkmale herauszustellen und den Kundennutzen aufzuzeigen, die Umsätze zu steigern, Ausgaben zu senken und Gewinne zu optimieren.

Das Buch richtet sich an alle Fach- und Führungskräfte im Technischen Vertrieb, die ihre Vertriebsserfolge steigern möchten. Und insbesondere an alle Personen, die im Vertrieb erklärungsbedürftiger technischer Produkte täglich ihren Mann oder ihre Frau stehen, ihr Vorgehen und ihre bereits vorhandenen Ideen reflektieren und neue Denkanstöße bekommen möchten. Es ist in der Sprache der technischen Fach- und Führungskräfte geschrieben und hat nicht den Anspruch, auf andere Branchen übertragbar zu sein. Denn jede Branche hat ihre eigenen Spielregeln.

Dieses Buch sollten Sie lesen, weil es präzise und praxisnah auf ausgewählte Bereiche des Technischen Vertriebs mit hohem Verbesserungspotenzial eingeht und Ihnen die Möglichkeit gibt, Mankos in Ihrem Vertrieb aufzudecken und Verbesserungen zeitnah umzusetzen. Es stellt jedoch keine komplette Abhandlung des Themas „Technischer Vertrieb“ dar.

Die Idee, dieses Buch zu verfassen, kam mir bereits vor Jahren, als ich als Vertriebsingenieur für technische Investitionsgüter erfolgreich tätig war. Gefestigt wurde sie, während ich als Vertriebsleiter nicht nur für die Führung von Vertriebsmitarbeitern verantwortlich war, sondern auch den Markt in Asien für ein deutsches Industrieunternehmen aufbaute.

Jetzt, als selbstständiger Experte für Technischen Vertrieb, kann ich zu den jahrelangen Erfahrungen in internationalen Märkten meine Erkenntnisse einfließen lassen, die ich in den letzten Jahren durch vertriebsbezogenes Expertencoaching und Seminare in zahlreichen Unternehmen sammeln durfte.

Wenn Sie als Fach- und Führungskraft im Technischen Vertrieb tätig sind, dann bin ich einer von Ihnen. Mit dem nötigen Abstand zu Ihrem Tagesgeschäft bin ich derjenige, der auf den sprichwörtlichen „Leuchtturm“ geklettert ist, um sich den Technischen Vertrieb aus der Vogelperspektive anzusehen. Eine Plattform, die es mir erlaubt, Ihnen deutliche Erfolgspotenziale aufzuzeigen.

Sicherlich gibt es zum Thema „Vertrieb“ bereits zahlreiche Bücher. Doch meine Erfahrung ist, dass der Technische Vertrieb besondere Herausforderungen stellt. Diese liegen:

- im hohen technischen Anpassungs-/Entwicklungsanteil der Produkte (im Gegensatz zu standardisierten Produkten),
- in den ausgeprägten Integrationsanforderungen,
- in der starken Ausrichtung auf Projekte (wenige Projekte mit hohen Umsätzen),
- im hohen Exportanteil und damit verbunden in der starken Internationalität,
- in den kleinen gebiets-, produkt- oder branchenspezifischen Vertriebsteams,
- in den komplexen Angeboten, die nach vom Kunden vorgegebenen technischen Spezifikationen erarbeitet werden.

All dies weist darauf hin, welche Besonderheiten wir – abweichend von anderen Branchen – im Technischen Vertrieb berücksichtigen müssen, um langfristig erfolgreich zu sein.

Welchen Nutzen bringt Ihnen dieses Buch? Das Buch hilft Ihnen:

- Ihre Vertriebseffizienz zu erhöhen.
- Ihre Kunden optimal zu selektieren.
- Ihre Kunden verstärkt zu analysieren.
- Ihre Produkte aus der Sicht des Kunden darzustellen.
- Ihre Alleinstellungsmerkmale in den Vordergrund zu stellen.
- Ihre Kunden in Besprechungen, Präsentationen und Verhandlungen zu überzeugen.

Kurzum: Das Buch hilft Ihnen, Ihre Vertriebskosten zu senken und Ihre Umsätze und Gewinne zu steigern.

Mehr Vertriebserfolg ergibt sich aus der Summe zahlloser kleiner Optimierungsschritte und ist nicht an eine große Verbesserung geknüpft – wie oft fälschlicherweise angenommen wird. So bietet Ihnen jedes Kapitel eine Chance, Ihren Vertrieb zu verbessern und Ihre Vertriebserfolge zu steigern. Was auch bedeutet, dass Sie dieses Buch nicht in seiner gewählten Chronologie lesen müssen. Interessiert Sie das Thema Weiterbildung, beginnen Sie mit Kap. 15. Wollen Sie Ihre Angebotserstellung verbessern, gehen Sie direkt zu Kap. 11. Beginnen Sie dort, wo Sie Verbesserungspotenzial für sich sehen, und

gestalten Sie sich Ihr persönliches Inhaltsverzeichnis. Schließlich geben auch die Interviews mit erfolgreichen Führungskräften aus der Praxis jede Menge Erfahrung weiter.

Am Ende eines jeden Kapitels konfrontiere ich Sie mit dem Punkt „Verbesserungen umsetzen“. Darin stelle ich Ihnen gezielt Fragen, deren Beantwortung Verbesserungen für die Praxis initiieren.

Wenn in diesem Buch nur ein Denkanstoß für Sie dabei ist, so hat sich seine Lektüre bereits für Sie gelohnt. Starten Sie erfolgreich durch!

Zahlreiche neue Ansätze, um Ihre Vertriebsfolge zu steigern, wünscht Ihnen

Ihr *Dirk Preußners*

München, im Oktober 2014

Anmerkung: Um Ihnen das Lesen zu erleichtern, habe ich meistens ein einheitliches grammatikalisches Geschlecht gewählt.

Wenn im Text von „Produkt“ die Rede ist, so ist damit ebenfalls Dienstleistung, Anlage, System etc. gemeint. Mit dem Begriff „Kunde“ ist auch ein Interessent gemeint, der noch keinen Kauf vollzogen hat.

Für Anregungen und Verbesserungsvorschläge zu diesem Buch sowie Erfahrungsberichte aus Ihrer Praxis bin ich Ihnen dankbar. Schreiben Sie mir bitte eine E-Mail an dp@preussners.de.

Mehr Erfolg im Technischen Vertrieb

15 Schritte, die Sie voranbringen

Preußners, D.

2015, XIII, 141 S. 12 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05065-8