

MOTIVIERT VERKAUFEN

Unternehmen leben von dem, was produziert und anschließend erfolgreich beim Kunden plaziert werden kann. Motivierte Mitarbeiter in einem effizienten Vertriebsteam sind deshalb in jedem Unternehmen eine wertvolle Ressource. Wie gelingt es also, die notwendige Leistungsbereitschaft auf der einen und die strikte Absatzeffizienz auf der anderen Seite miteinander in Einklang zu bringen?

Menschen wollen motiviert werden, und ein Unternehmer möchte motivierte und engagierte Mitarbeiter. Diese Ansprüche lassen sich vereinen. (Vertriebs-)Mitarbeiter sind dann am erfolgreichsten, wenn sie eigenmotiviert – intrinsisch – handeln. Das Gefühl und Verlangen, etwas zu erreichen, spornt Mitarbeiter zu höheren Leistungen an, als es die Aussicht auf einen Bonus oder die Androhung von Strafe könnte.

Diese Tatsache sollten sich Unternehmer bewusst machen und sie nutzen: Durch das persönliche Vermitteln von Wertschätzung (zum Beispiel durch das Übertragen von Verantwortung) und ehrliches Lob. Positive Nebeneffekte wie beispielsweise das Absinken der Fehlzeitenquote oder freiwillige Mehrarbeit sind dann nicht ausgeschlossen.

Ebenso wichtig wie die eigentliche Motivation ist das Umfeld, in dem sich die Mitarbeiter bewegen. Hier fühlen sich viele schnell hilflos oder alleine gelassen.

Empfehlungen zur Vertriebsoptimierung

1. Fördern der Mitarbeiter: Motivationsförderung, fortlaufende Schulungen in Produkt und Vertrieb, kundenfreundliche Kommunikation und Absatzprozesse.
2. Verlustleistungen im Vertriebsprozess vermeiden: Vermeiden Sie Leerlauf- und Wartezeiten sowie Verluste im „After-Sales“-Geschäft.
3. Planung und Struktur bei Vertriebsaktivitäten: Eine konkrete Zielsetzung, daraus abgeleitete zielführende Maßnahmen sowie nachhaltige Erfolgskontrolle und -sicherung.

Effizienter Vertrieb

Ein effizienter Vertrieb ist jedoch kein Hexenwerk: ausgezeichnete Marktkennntnisse in Verbindung mit einer passgenauen Zielgruppenanalyse sind das Fundament des Absatzerfolgs und sollten Hand in Hand mit der eigenen Vertriebsstrategie gehen. Konkrete Maßnahmen und Handlungsstränge für den Vertrieb können daraus abgeleitet werden.

Maßnahmen, die aus dem einfachen Verkaufen ein Erlebnis für den Kunden machen: persönliche Ansprache, zuhören können, der direkte Kontakt und *Infotainment* sowie das Wecken von Emotionen. Hierfür sollte der Vertrieb fortlaufend weiterentwickelt werden. Kommunikative Grundlagenarbeit, regelmäßige Produktschulungen und Vertriebstechniken sind dabei das Fundament. Hinzu kommt die sichere Konflikt- und Einwandbehandlung im Gespräch. Ein schlechter erster Eindruck lässt sich nur schwer wieder ausbessern.

Nicht zum Kerngeschäft gehörende, aber dennoch notwendige Teilaspekte können zwar an externe Dienstleister abgegeben werden, das eigene Vertriebsteam jedoch muss die Fäden in der Hand halten und die Aktivitäten planen, durchführen und erfolgreich abschließen. Auch den „After-Sales“-Prozess sollte man dabei nicht vernachlässigen.

Betriebsinterne Prozesse müssen Hand in Hand laufen. Kunden brauchen einen einfachen Einstieg in den Verkaufsprozess – zum Beispiel durch eine interaktive und leicht verständliche Internetseite oder einen Online-Shop. Mitarbeiter im *Backoffice* müssen in die Lage versetzt werden, zielgerichtet zu unterstützen und die Kommunikation mitzuverfolgen. Dabei ist es wichtig, dass der Ver-



Stefan Erberich

trieb jederzeit die Übersicht über die Kommunikation und die Betreuung der Kunden hat. Auch über den erfolgreichen Abschluss hinaus. Zufriedene Bestandskunden bieten weitere Absatz- und *Cross-Selling*-Möglichkeiten.

Wertschöpfende Kombination

In leistungsstarker und gewissenhafter Kombination sind die richtigen Weichen für einen erfolgreichen Vertrieb gestellt. Sollte sich einmal etwas in der Vertriebsmannschaft festgefahren haben, hilft oft ein unverblümter Blick von außen. ■

Der Autor Stefan Erberich ist Diplom-Betriebswirt und Gründer der Beratungssozietät Sordo von Avalon. Sein inhaltlicher Schwerpunkt liegt auf den Themen Finanzen, Marketing und Vertrieb.

**Beratungssozietät – Sordo von Avalon
Oxfordstraße 13
53111 Bonn
Tel.: 02 28 / 909 00 96-0
kontakt@sordo.de · www.sordo.de**