



R A I N E R A L B E R S

NEUE WEGE IM VERTRIEB

Wie Sie mit dem richtigen Team
Kunden finden, binden
und begeistern

Für Nick und Laura



Vorwort Edgar K. Geffroy

In Zeiten permanenter Veränderung und Digitalisierung sind effektive Strategien ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Seit vielen Jahren beschäftige ich mich mit der zukünftigen Entwicklung der Wirtschaft. Besonders interessant für mich waren und sind Veränderungen im Verkauf. Führungskräfte und Verkäufer werden mit immer höheren Zielen konfrontiert, und treffen bei der Umsetzung auf digitale Kunden.

Seit Jahren ist Rainer Albers als Trainer und Coach erfolgreich.

In seinem Buch »Neue Wege im Vertrieb« stellt er viele praxiserprobte Methoden vor, mit denen Sie in der digitalen Welt des Verkaufens Ihre Ziele erfolgreich umsetzen können.

Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre.

Ihr Edgar K. Geffroy

Führungskraft im Vertrieb

Matching - der richtige Mitarbeiter für die Aufgabe

Eigenschaften eines guten Verkäufers

Mitarbeiter im Innendienst

Mitarbeiter im Außendienst

Selbstmotivation und Eigenmotorik in der
Einsamkeit

Strukturiertes Arbeiten

Ein schlagkräftiges Team zusammenstellen

Der Gallup Strengths Finder

Der DISG-Test

Effektive Ziele setzen

Ziele formulieren und kontrollieren

Zielerreichung messbar machen

Die SMART-Formel

Zielvereinbarungen treffen

Ziele kontrollieren

Grundregeln für die Kommunikation

Das motivierende Mitarbeitergespräch im Vertrieb

Fördern, Fordern, Sichern

Regelmäßiges Feedback

Welche Führungsstile Ihr Team beflügeln

Warum der Reifegrad Ihrer Mitarbeiter entscheidend ist

Den Führungsstil an den Mitarbeiter anpassen

Für Motivation in der Mannschaft sorgen

Warum ist Motivation überhaupt wichtig?

Die intrinsische Motivation im Vertrieb stärken

Leistungen und Erfolge der Vertriebsmitarbeiter würdigen

Alles im Flow: So erhöhen Sie die Motivation Ihrer Mitarbeiter langfristig

Wie der Flow entsteht

Mitarbeiter motivieren mit Kopf, Hand und Bauch

Gezielt nach Motivationslücken fragen

Job Enrichment und Job Enlargement

Konflikte lösen im Vertrieb

Konfliktform erkannt – Gefahr gebannt

Konflikte lösen: Eine Frage des Stils

Change-Management

Führungsaufgaben im Change-Management

Sechs Faktoren für einen erfolgreiche Change-Prozess

Führungsstile im Change-Management

Die wichtigsten Motivationsbremsen

Werkzeugkoffer für ein erfolgreiches Change-Management

Strategieentwicklung - neue Impulse für den Vertrieb

Kompetente Beratung statt Verkaufsgespräch

Erzeugen Sie Begeisterung

Wie begeistern Sie Ihr Team?

Entwickeln Sie eine Begeisterungsstrategie!

Die 6-3-5-Methode für mehr Begeisterung

Sieben Schritte zu Ihrem neuen Auftrag

Von der Vorbereitung bis zum Closing

Das Verkaufsgespräch professionell vorbereiten

Von der Herausforderung zum Aktionsplan

Kaufmotive – Ihr Joker im Verkaufsgespräch

Kaufmotive - der heimliche Antrieb des Kunden

Die Schlüsselfrage – so ergründen Sie

Kaufmotive

Die sieben wichtigsten Kaufmotive Ihrer Kunden

Wer Nutzen sät, wird Aufträge ernten

Ermitteln Sie den Bedarf

Erfolgsstrategie: Jedes Merkmal in Vorteil und

Nutzen übersetzen

Der Trick mit dem Überraschungsei

Den Elevator-Pitch meistern

Warum Kundeneinwände Ihr Wegweiser zum Erfolg sind

Wecken Sie das Interesse Ihres potenziellen Kunden!

Wie Sie echte Kundeneinwände auflösen

Auf den Punkt gebracht – die Commitment-Frage

Vermeiden Sie die Rolle des verschmähten Liebhabers

Closing: Die richtige Kundenhaltung für einen erfolgreichen Abschluss

Warum Sie im Verkaufsgespräch an der heilen Welt des Kunden kratzen sollten

Closing im B2B-Geschäft: Helfen Sie Ihren Kunden zu wachsen

Closing bei Endkunden: Fokussieren Sie auf die richtigen Motive

Reklamationen im Vertrieb souverän bewältigen

Aggressiven Kunden bestimmt entgegenzutreten

Die Balance zwischen Unterwürfigkeit und Aggression finden

Die Vertrauensbasis wieder aufbauen

Persönliche Angriffe bestimmt zurückweisen

Kundentypen

Warum der Reifegrad des Kunden so wichtig ist

DISG: Wie Ihnen vier Buchstaben helfen, besser zu verkaufen

Erdgrün oder: Sind Sie auch vertrauenswürdig?

Eisblau oder: Haben Sie das TÜV-Gutachten dabei?

Feuerrot oder: Nun reden Sie mal Klartext!

Sonnengelb oder: Ich habe da was ganz Tolles für Sie!

Im Reisebüro mit den vier DISG-Typen

Sprache, Stimme und Co.

Fragetechniken im Verkaufsgespräch

Kaufhindernisse erkennen

10 Fragetechniken für das Verkaufsgespräch, die Sie kennen sollten

Zuhören ist die Grundlage für den erfolgreichen Verkauf

Arten des Zuhörens

Aktives Zuhören ist erlernbar

Nonverbale Kommunikation in Verkaufsgesprächen

Nonverbale Kommunikation - die unbewusste
Entscheidungsmacht

Warum Sie Kunden einen Spiegel vorhalten
sollten

Durch nonverbale Kommunikation frühzeitig
Konflikte erkennen

Telefonakquise

So verwandeln Sie kalte Adressen in heiße Kontakte

Finden Sie Ihren Idealpartner!

Kundeneinwände als Chance begreifen

Akquise bedeutet, den Kunden zu umwerben

Mit fünf Fragen zum Gesprächstermin

Was tun, wenn der Entscheider abgeschirmt ist?

Zwölf Tipps für erfolgreiche Telefonate

Schreckgespenst Verhandlung?

Ursachen für Misserfolge in Verhandlungen

Suchen Sie die Integration

Die wahre Ursache von Beziehungskonflikten

Hinterfragen Sie Ihre inneren Glaubenssätze

Verhandlungsstrategien von Einkäufern, um Sie aufs
Glatteis zu führen

Keine Angst vor dem »Good-Guy-Bad-Guy«-Bluff

Den Versuchsballon zum Platzen bringen

Firmenrichtlinien: Vorgetäuschte rote Linien

Keine faulen Kompromisse

Das 10-Punkte-Programm für schmerzfreie
Verhandlungen

Kunden als Fans - wovon Kundenbindung im Vertrieb abhängt

Wie Sie Kunden effektiv binden

Ergreifen Sie Chancen durch aktuelle
Entwicklungen

Stolz verbindet

Machen Sie Ihre Kunden erfolgreich

Beziehungspflege bedeutet Kontaktpflege

Das Ein-Prozent-Prinzip führt zu langfristiger
Kundenbindung

Emotionale Kundenbindung

Mit Stammtischatmosphäre punkten

Neukundenakquise: Überlassen Sie den Job doch
ihren Kunden!

Bieten Sie echten Nutzen für Ihre Kunden

Bonusprogramme: Kleine Geschenke erhalten
die Freundschaft

Trainingscenter: Machen Sie Kunden durch
Wissen erfolgreich

Der Erfolg einer Vertriebsmannschaft ist von der kompetenten Führungskraft und den motivierten, effektiven Verkäufern abhängig. **Es funktioniert nur als Einheit.** Aus diesem Grund ist dieses Buch sowohl für Führungskräfte, als auch für Verkäufer.

Sie sind Führungskraft im Vertrieb? Dann stellen Sie sich sicher häufig die Frage: »Wie kann ich mein Team motivieren, die immer höheren Businessziele der Geschäftsführung zu erreichen?« Ihre Antworten auf diese Frage zeigt Ihre Kompetenz oder auch Ihren Reifegrad als Führungskraft.

Seit 20 Jahren wird mir neben vielen anderen diese Frage in meinen Workshops gestellt. Aus meiner persönlichen Erfahrung als Führungskraft mit Verkäuferteams von mehr als 150 Mitarbeitern, und gemeinsam mit den Teilnehmern vieler Workshops haben wir erfolgreiche Führungswerkzeuge entwickelt. Eine Auswahl dieser praxiserprobten Techniken habe ich für Sie in diesem Buch zusammengefasst. Klar in den Aussagen und direkt anwendbar. Das bedeutet für Sie die Chance Ihre Businessziele noch schneller mit einem hoch motivierten Team zu erreichen.

Sie sind Verkäufer von Produkten oder Dienstleistungen? Sie haben hohe Businessziele?

Dann stellen Sie sich sicher oft die Frage: »Wie kann ich noch mehr Umsatz und Ertrag aus meinen Bestandskunden holen?« oder »Wie kann ich in dieser digitalen Welt neue Kunden für meine Lösungen finden und zu kaufenden Kunden machen?« In diesem Buch finden Sie direkt

anwendbare Verkaufstechniken mit denen Sie Ihre bestehenden Kunden zu Ihren Fans machen. Sie erhalten Tipps wie Sie neue Kunden nachhaltig gewinnen.

Mein persönlicher beruflicher Erfolg beruht auf Zielorientierung und Effektivität. Daraus folgt Klarheit im Denken und Handeln. Nun erkennen Sie warum ich den Buchtitel gewählt habe.

Besuchen Sie meine Webseite: www.albers-consult.de. Dort finden Sie aktuelle Blogbeiträge, die Sie auch kostenlos als Podcast hören können. Sollten Sie Fragen haben, schreiben Sie mir eine Mail. Sie erhalten kostenlos eine Antwort. Das ist mein Versprechen!

Meine Emailadresse: RALbers@albers-consult.de

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Umsetzung der Techniken.

Ihr Rainer Albers

Gerne lade ich Sie zu einem Besuch auf meiner Webseite ein. Dort finden Sie spannende BLOG-Beiträge!



Klartext Über uns Leistungen **Blog** Podcast Video-Training 

Klartext für Vertrieb und Führung

Rainer Albers



Neukundenakquise in 10 Schritten:
Eine Erfolgsstory zum Nachahmen

25. Apr 2017



Neukundengewinnung mit System –
oder die Suche nach dem heiligen Gral

11. Apr 2017

Sie lieben Podcasts? Dann laden Sie meine Podcasts kostenlos auf iTunes herunter.

iTunes Vorschau

Überblick Musik Video Charts

Klartext für Vertrieb und Führung von Rainer Albers

By Rainer Albers

Um sich einen Audio-Podcast anzuhören, fahre mit der Maus über den Titel und klicke auf "Wiedergabe". Öffne iTunes, um Podcasts zu laden und zu abonnieren.



In iTunes ansehen

Gratis

Kategorie: [Management und Marketing](#)

Sprache: Deutsch
© Rainer Albers

Kundenbewertungen

★★★★★ 9 Bewertungen

Links

Beschreibung

Rainer Albers bringt auf den Punkt, was Vertrieb und Führung in der Praxis umsetzen können. Der Podcast für motivierende Ideen und praktische Tipps.

Name	Beschreibung	Erschienen	Preis
1 Klartext041 - 10 Punkte f...	Mein 10 Punkte Plan	24.4.2017	Gratis
2 Klartext040 - Verhandlun...	Integration besser als ...	10.4.2017	Gratis
3 Klartext039 - Verhandlun...	Verhandlungsstrategie...	27.3.2017	Gratis
4 Klartext038 - Verhandlun...	Erfolgreiche Verhandl...	13.3.2017	Gratis
5 Klartext037 - Kundenzuf...	Kundenbegeisterung a...	20.2.2017	Gratis
6 Kartext036 - Vertriebsstre...	Neue Vertriebsstrategi...	6.2.2017	Gratis
7 Kartext035 - Emotionale ...	Erfolgreich verkaufen ...	23.1.2017	Gratis
8 Klartext034 - Erfolgreich...	Kunden erfolgreich bi...	9.1.2017	Gratis
9 Klartext033 - Neukunden...	Neukundengewinnung...	15.11.2016	Gratis
10 Klartext032 - Telefonak...	Gewinnen Sie neue Ku...	31.10.2016	Gratis
11 Klartext031 - Nonverbale...	Lernen Sie die Mimik ...	17.10.2016	Gratis
12 Klartext030 - Zeitmanag...	Wie Sie Ihre Zeit für m...	3.10.2016	Gratis

Führungskraft im Vertrieb

Der Vertrieb ist der neuralgische Punkt in einem Unternehmen. Hier wird der Erfolg ganz konkret gemessen – und zwar in Euro und Cent. Vertriebsmitarbeiter befinden sich permanent unter einem enormen Leistungsdruck, zum einen durch die Umsatzvorgaben, zum anderen spielen aber auch persönliche Befindlichkeiten und die zwischenmenschliche Chemie eine wichtige Rolle. Die komplexen Führungsaufgaben, die Sie im Bereich Vertrieb zu erfüllen haben, gleichen daher nicht selten dem berühmten Sack Flöhe, der gehütet werden muss. Und: Alle Aufgaben sind auf ein gemeinsames Ziel auszurichten. Deshalb zählen Ihre Führungsqualität, -fähigkeiten und -fertigkeiten ganz besonders.

Als Führungskraft werden Sie dafür bezahlt, gewisse Unternehmensziele zu erreichen. Umsätze, Erträge, Abschlussquoten – letztendlich geht es darum, dass die Zahlen stimmen. Das ist Ihr Output, den Sie dem Unternehmen schulden.

Häufig werden diese Ziele laufend verändert. In vielen Vertriebsorganisationen soll der Umsatz jährlich etwas wachsen, da zum Beispiel die Marge sinkt. Das bedeutet in der Folge, dass Sie Ihre Leistung sowie die Leistung Ihrer Mitarbeiter steigern müssen. Erstes und wichtigstes Mittel, um dies zu erreichen, ist, Performance-Bremsen zu lösen. Wenn ein Mitarbeiter oder eine Führungskraft Schwierigkeiten hat, Ziele zu erreichen, können vier Ursachen dahinterstecken:

- Weiß-Nicht-Probleme verlangen nach einer klaren Ziel-Transparenz und einer präzisen Definition von Aufgabenfeldern.
- Bei Kann-Nicht-Problemen stehen mangelnde Fähigkeiten und Fertigkeiten im Mittelpunkt.
- Will-Nicht-Probleme verweisen auf das wichtige Thema Motivation: Wissen Sie, wie Sie Ihre Mitarbeiter wirkungsvoll motivieren? Wie Sie ihnen das innere Gefühl vermitteln, ein Ziel unbedingt erreichen zu wollen?
- Darf-Nicht-Probleme lassen sich meist durch strukturelle Veränderungen, etwa einer Reorganisation von Entscheidungshierarchien, lösen.

Ein situationsbezogenes und gerechtes Team-Management verlangt einiges von Ihnen, ist aber ausgesprochen effektiv. Seien Sie Ihren Mitarbeitern ein Partner, der sowohl unterweist als auch zielführend coacht und als Mentor zur Verfügung steht. Informieren Sie zu den gestellten Aufgaben entsprechend des Reifegrads (s. Seite →) ihrer Mitarbeiter. So sichern Sie die Leistungsbereitschaft Ihrer Mitarbeiter und setzen Standards.

Das schließt aber nicht aus, dass die Ziele auf das jeweilige Potenzial ausgerichtet und auch entsprechend kontrolliert werden. Die Wege zur Zielerreichung hingegen soll Ihr Mitarbeiter selbst finden. Treten Probleme auf, gehen Sie diese gemeinsam an, um sie zu lösen. Auf diese Weise steigern Sie die Ergebnisse, fördern aber auch nachhaltig das zielbewusste Leistungsverhalten. Als Mentor befassen Sie sich mit den persönlichen Facetten des Mitarbeiters, seinem Potenzial und seinen Eigenheiten. Damit schärfen Sie seine realistische Selbsterkenntnis, die die entscheidende Grundlage für eine Weiterentwicklung darstellt. Lassen Sie ihn teilhaben an Visionen und sprechen Sie über Werte. Damit motivieren Sie ihn ganz gezielt und vereinbaren neue Ziele.

Ein Vertriebsmitarbeiter kann nur so gut sein wie seine Führungskraft. Als Führungskraft bestimmen Sie entscheidend den Erfolg der gesamten Vertriebsmannschaft und damit des Unternehmens. Denken Sie selbst unternehmerisch und transportieren Sie diesen Ansatz symbolisch. Dann werden Ihre Mitarbeiter Ihnen im wahrsten Sinne des Wortes folgen können.

Tipp

Gehen Sie mit gutem Beispiel voran. Das Handeln einer Führungskraft hat immensen Einfluss auf die Mitarbeiter. Das sollte selbstverständlich sein? Ich habe andere Erfahrungen gemacht: Da gibt es etwa den CEO eines großen Unternehmens, der vor den Augen seiner versammelten Belegschaft freitags um 15 Uhr Feierabend macht und sein Golfgepäck aus dem Kofferraum holt. Ich rate Ihnen: Krempeln Sie die Ärmel hoch, legen Sie Ihr Jackett ab und packen Sie mit an. Symbolisch gesehen oder durchaus auch ganz real. Ihre Mitarbeiter werden es Ihnen danken.

Matching - der richtige Mitarbeiter für die Aufgabe

Kennen Sie den Führungsleitsatz von Theodor Roosevelt? Er hat einmal gesagt: *»Wer seiner Führungsrolle gerecht werden will, muss genug Vernunft besitzen, die Aufgaben den richtigen Leuten zu übertragen, und genug Selbstdisziplin, ihnen nicht ins Handwerk zu pfuschen.«*

Erfolgreiche Führung im Vertrieb beginnt bei der Mitarbeiterauswahl. Denn die erste Grundvoraussetzung für Erfolg im Vertrieb ist, dass Sie in Ihrem Team die richtigen Menschen an die richtige Position und Funktion setzen. Nur so geben Sie Ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, Spaß an der Arbeit zu haben und ihre Talente optimal einzubringen. Angenommen, Sie übernehmen einen Mitarbeiter, der Kunden akquirieren soll, und sehen bei den ersten Gesprächen, dass dieser Mensch kontaktscheu ist. Dann geben Sie ihm besser den Rat, sich einen neuen Job zu suchen. Ich plädiere für klare Richtlinien und einen harten, aber fairen Auswahlprozess.

Beispiel

Ein bekanntes Unternehmen hat über Jahre ermittelt, was neue Mitarbeiter in den ersten sechs Monaten im Schnitt erreichen können. Auf dieser Basis wird jeder neue Mitarbeiter beobachtet und beurteilt: Liegt er innerhalb der ersten Monate deutlich unter den Anforderungen, werden ihm zunächst Hilfe und Unterstützung angeboten. In Gesprächen wird versucht, herauszufinden, welche Ursachen die mangelnde Leistung hat. Doch nach sechs Monaten ergreift man handfeste Maßnahmen: Erfüllt er die Anforderungen, dann hat er einen Platz im Team, andernfalls wird er freigesetzt. Dieses Auswahlverfahren – mag es auch hart klingen – sichert dem Unternehmen langfristig eine motivierte und erfolgreiche Vertriebsmannschaft.

Eigenschaften eines guten Verkäufers

Die sorgfältige Auswahl der Mitarbeiter ist entscheidend. Mitarbeiter an ungeeigneten Positionen sind wesentliche Performance-Bremsen. Denn Menschen sind weniger formbar und veränderbar, als wir uns das häufig erhoffen.

Messbare Kriterien für einen Verkäufer sind Output, Kundenbindung, Neukundengewinnung und Integration. Dann gibt es noch Eigenschaften wie Empathie und Engagement, die zu einem großen Teil von der Persönlichkeit des Verkäufers abhängig sind, und Fertigkeiten wie Effizienz und Effektivität. Letztere stehen in enger Verbindung mit der strategischen Verfolgung der Ziele.

Wer erfolgreich verkaufen will, muss dem richtigen Kunden zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Lösungen mit

den richtigen Argumenten anbieten und ein hohes Maß an Einfühlungsvermögen und Engagement zeigen.

1. **Zielorientierung statt Lässigkeit:** Nur wer ein Ziel hat, kann überhaupt Erfolg haben. Überlegen Sie daher genau, was Erfolg bedeutet und wie Sie ihn messen können. Wenn Sie so Ziele setzen und diese kontrollieren, werden Sie einen messbaren Erfolg feststellen. Und erreichte Ziele steigern die Motivation für neue Herausforderungen! Dabei sind Ziele sowohl für die persönliche Weiterentwicklung als auch für jeden Kunden und sogar für jedes Gespräch wichtig! Das gilt im Berufsleben und lässt sich auch auf alle möglichen anderen Alltagssituationen anwenden!

Beispiel

Als Coach begleite ich die Verkäufer meiner Kunden gelegentlich zu ihren Kundenterminen. Einmal war ich mit dem Vertriebsmitarbeiter eines mittelständischen Unternehmens unterwegs. Der Mann machte seinen Job schon seit 19 Jahren und wir waren auf dem Weg zu einem seiner größten Kunden. Im Auto fragte ich ihn als Erstes, welches Ziel er für den heutigen Termin habe, was er denn erreichen wolle. Darauf sagte er, er wolle nur mal schauen, ob er dort noch etwas verkaufen könne, ob da ein Auftrag drin sei. Hallo? Das ist doch kein Ziel! Also half ich dem Verkäufer, sich vor dem Kundentermin zunächst einmal ein konkretes Ziel, das er bei diesem Kunden erreichen wollte, zu überlegen. Das Ergebnis war: »Ich mache diesen Termin, weil ich herausfinden will, wie wir unsere neue Dienstleistung gestalten müssen, damit dieser Kunde innerhalb der nächsten vier Wochen kauft.«

Das ist doch etwas ganz anderes als »Mal gucken, ob wir da etwas verkaufen können ...«!