

Entscheiden Sie selbst, Dienst nach Vorschrift oder VEB ?



Nein, VEB steht nicht für volkseigener Betrieb. Ich benutze dieses Kürzel gerne für die Begriffe:

- Vertrauen bilden
- Emotionalisieren
- Bedeutungsvoll handeln

Warum sind diese drei Faktoren wichtig? Gerade im B2B gehen wir davon aus, dass Kaufentscheidungen streng rational getroffen werden. Dabei gilt die Annahme: Je höher die Investition, umso rationaler die Entscheidungsfindung. Aus Psychologie und Hirnforschung wissen wir allerdings, dass die Entscheidungen fast immer emotional getroffen und anschließend rational begründet werden. Wir täuschen uns selbst regelmäßig eine Rationalität vor, deren Einfluss deutlich geringer ist, als wir uns und andere gerne glauben machen.

Wie kann man im Vertrieb B2B diese Tatsache nutzen? Zunächst muss man sich darüber klar sein, dass Emotionen auf dem Boden realer Erlebnisse wachsen. Deshalb scheitern auch regelmäßig Versuche, den Gegenüber mit vorgetäuschter Freundlichkeit oder geheucheltem Interesse zu manipulieren. Aber der Reihe nach:

Fangen wir bei V an:

Vertrauen, wodurch entsteht es? Wie kann man es schon vor dem Beginn der Geschäftsbeziehung erzeugen? Wahrheitsgemäße Information und das Einhalten von Zusagen schaffen Vertrauen. So alt diese Erkenntnis ist, so zutreffend ist sie. Man muss sagen was man tut, und dann tun was man gesagt hat. Wie geht das im Kundenkontakt? Nun, die Customer Journey ist eine Kette von Ereignissen. Bei vielen davon kann man dem Kunden eine feste Zusage für den nächsten Schritt machen, sei es terminlich oder inhaltlich. Das diese dann unter allen Umständen eingehalten werden muss, versteht sich von selbst.

Kennen Sie das auch? Man stellt eine Anfrage, gibt auch den gewünschten Abgabetermin an, und dann passiert-...nichts! Der Abgabetermin verrinnt, und erst nach mehrfacher Nachfrage erhält man zwei Wochen später ein Angebot. Schafft dieses Erlebnis Vertrauen? Wie wäre es stattdessen, den Eingang einer Anfrage schriftlich zu bestätigen und dabei auch gleich den festen Termin der Angebotsabgabe zu nennen? Dabei sollte man sich auch nicht scheuen, unverschämt kurze Abgabetermine zu korrigieren. Im Idealfall gelingt es, während der gesamten Kundenreise an allen wichtigen Stationen eine Mail mit dem Stand der Dinge, dem nächsten Schritt und dem Termin hierfür an den Kunden zu senden. Da man im Vertrieb ohnehin keinen Kundenkontakt ohne eine neue Vereinbarung beenden sollte, bietet sich diese Vorgehensweise generell an. Mit jedem so gegebenen „Versprechen“ steigt, wenn es eingehalten wird, das Vertrauen des Kunden.

Dabei ist allerdings darauf zu achten, dass die Informationen auch bei denjenigen ankommen, die zu entscheiden haben. Es nützt nicht viel, wenn der Sachbearbeiter großes Vertrauen zu Ihrem Unternehmen hat, der Entscheider aber nicht die Gründe dafür kennt. Hier kommt es für den Vertrieb darauf an, die entsprechenden Personen zu identifizieren und sie dann „strategisch sinnvoll“ ins CC zu setzen. Also Vorsicht, denn kein Entscheider wird es schätzen, wenn er alle Mails zu operativen Themen zur Info erhält.

Diese Vorgehensweise konsequent und bei jedem Projekt angewandt hat noch einen weiteren Nutzen, den man nicht unterschätzen sollte. Wer so seine Seriosität und Zuverlässigkeit demonstrieren kann, den nimmt man ernst. Man nimmt ihn insbesondere auch dann ernst, wenn er einmal sagen sollte: „Das ist jetzt mein äußerster Preis. Entweder wir schließen hier und jetzt ab, oder wir lassen es sein!“ Gegenseitiges Vertrauen ist eine wesentliche Voraussetzung für Kommunikation auf Augenhöhe und damit erschwert man auch „Salamitaktik“ bei der Preisverhandlung.

Sie möchten gerne noch wissen was ich zum Thema Emotionalisierung und bedeutungsvolles Handeln im B2B zu sagen habe? Dann bleiben Sie dran. Dazu werde ich in meinen nächsten Posts Stellung nehmen.

Ich bin Gustav Naujoks, Umsetzungsexperte für Vertriebssysteme und Mitglied der Task Force Vertrieb-Nordbayern im Bundesverband der mittelständischen Wirtschaft. Sie finden mich unter www.gustav-naujoks.de, auf Xing Coaches oder unter info@gustav-naujoks.de.