

Wer macht das Rennen?



Das ist immer wieder die Frage. Gerade im B2B mit technischen Produkten findet sich sehr oft folgender Ablauf wieder:

Der Anbieter hat ein hart an der Schmerzgrenze liegendes Angebot erstellt, mehrere Gesprächsrunden hinter sich gebracht und zu guter Letzt doch noch ein preisliches Zugeständnis gemacht, so wie er es schon immer getan hat. Man könnte schon fast vom pawlowschen Verkäufer reden. Der Kunde runzelt die Stirn und der Verkäufer reagiert mit einem reflexhaften : „Na ja, ein bisschen was geht immer noch.“ Und dann? Ja, dann bekommt doch ein Wettbewerber den Auftrag. Woran lag es wohl?

Ganz gleich was Ihnen Ihr Kunde auf diese Frage antwortet, und sie sollten wirklich jedes Mal danach fragen, ich glaube der Hauptgrund liegt darin, dass es im B2B-Vertrieb für technische Produkte noch zu oft an Professionalität mangelt. Warum ist das so?

Nun, gerade bei sehr erklärungsbedürftigen Produkten, wie z.B Maschinen, Anlagen oder komplexen Werkzeugen, werden oft exzellente Techniker mit Vertriebsaufgaben betraut. Das ist vielfach auch notwendig, um die Funktion oder die besonderen Vorteile des Produktes erläutern zu können. Aber haben diese Mitarbeiter auch Methodenkompetenz im Verkauf erworben? Sind sie in der Lage zu erkennen, welche wirklichen Bedürfnisse ein Kunde hat? Beherrschen Sie Fragetechniken so souverän, dass man weder befürchten muss ein Gespräch könnte zum Verhör ausarten noch, es bestünde die Gefahr, dass wichtige Informationen nicht erhoben werden? Erkennen Sie die hinter den vorgeschobenen Gründen verborgenen wahren Motive eines Gesprächspartners? Können

Sie nicht nur die Produktmerkmale herunterbeten, sondern auch den ganz speziellen Produktnutzen für ihren jeweiligen Gesprächspartner in seiner spezifischen Situation herausarbeiten. Sind sie in der Lage, diesen Nutzen auch mit harten Fakten zu untermauern und so die Wirtschaftlichkeit einer Investition in das Produkt nachzuweisen? Wie gehen Ihre Verkäufer mit Einwänden um? Wie reagieren Sie auf Nachlassforderungen? Haben die Vertriebsmitarbeiter in Ihrem Unternehmen ein Verständnis dafür erworben, wieviel Gewinn durch wenige Prozent Rabatt verloren geht? Wenn man als Unternehmer oder Leiter eines Vertriebs nicht jede dieser Frage positiv beantworten kann, besteht Handlungsbedarf!

Ja und wer macht den nun das Rennen? Der mit dem niedrigsten Preis? Oh nein! Der mit der höchsten Methodenkompetenz im Verkauf! Die gute Nachricht lautet: Alle obenstehenden Fähigkeiten kann man erlernen und trainieren. Reden Sie mit den Experten der BVMW Task-Force Vertrieb und Marketing, wenn Sie in Ihrem Unternehmen einen Bedarf erkannt haben.

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 oder auf Xing Coaches. Sie haben eine Anmerkung oder eine Frage? Dann lassen Sie uns reden. Sie erreichen mich unter info@gustav-naujoks.de.