

Verkäufer gezielt zum Verkaufserfolg führen - 7 Fragen an den Vertriebs-Boss

von
Erich-Norbert Detroy

Jetzt zum Jahresende ist oft „Holland in Not“.
Hie und da fehlen noch die Umsätze, der Jahresendspurt ist in vollem Gange. Der 31. Dezember, das Jahres-Umsatz-Ziel „droht“.

Doch am 1. Januar beginnt das Rennen von neuem.
Kein Hahn kräht mehr nach den Erfolgen des Vorjahres:
„10 Prozent mehr müssen her!“

Präzise und saubere, kontinuierliche und verlässliche
Verkäuferführung ist das A & O der permanenten Vertriebsarbeit.

Und Verkaufsführungskräfte sind wirklich gefordert!
Haben Sie es doch mit „Wilden Hunden“ (hoffentlich!) zu
tun, die immer ein bisschen undiszipliniert sind,
voller Ideen und Tatendrang, ständig ihr Kämpferblut signalisieren
und doch so zerbrechlich sind.

Verkäufer,
wahre Verkäufer,
sind Menschen mit enormem Siegeswillen,
sie sind voller Energie und Lebenslaune,
anspruchsvoll an ihre eigene Firma,
denn sie wollen den Erfolg,
der von niemandem gefährdet sein darf.

Frage 1:

Unterstützen wir ständig diese Ambitionen?
Oder werfen wir diese Kräfte mit administrativen Aufgaben zu?

Verkäufer,
solche mit Herzblut,
sind auch sehr verletzlich,
sie können Fehler interner Kräfte nur sehr schwer verdauen.
Sie kämpfen um die Aufträge und müssen oft diese Aufträge
(„So einfach geht es nicht!“) intern noch mal verkaufen!

Frage 2:

Sind wir als Verkaufsführungskräfte stark genug,
um die Interessen der Verkäufer,
was meist die Interessen des Unternehmens sind,
auch intern zu verkaufen?
Oder lassen wir uns durch Bürokraten und Finanzartisten
immer wieder vergraulen, riskieren dabei unser Durchsetzungs-
vermögen gegenüber unserer Verkaufsmannschaft?

Verkäufer,
wollen Geld verdienen,
am liebsten mehr als alle anderen.
Und wenn dann die Umsatz-Bremse kommt:
„Dieser Auftrag geht so nicht durch – bitte beim Kunden nachbessern!“
ist Resignation angesagt.

Frage 3:

Sind unsere Verkäufer genügend trainiert,
um „sauber“ zu verkaufen,
also um allzu viel Optimismus (Seine Aufgabe!!!) zu verhindern?
Sind sie so gut trainiert, dass sie gerade die Hürden/Schwächen
der eigenen Leistung überzeugend übermitteln können?

Verkäufer,
begnadete noch dazu,
und das sind nicht wenige,
wollen Gehör bekommen, von der höchsten Heeresleitung!
Sie haben Auge, Ohr und Seele geöffnet am Markt,
sie hören den Pulsschlag der Kunden und Interessenten.

Frage 4:

Wird immer noch einem „neutralen“ Institut mehr Glauben
geschenkt als dem, der dann die „neue“ Wahrheit zu verbreiten hat?
Sind die Verkäufer wahrlich (so etwas wie ein) Beirat der
Unternehmensführung?

Verkäufer,
wollen ihre Freiheit,
sie fühlen sich als „der“ Unternehmer,
erfahren jedoch ständig Einschränkungen:
Tourenplanung, Berichtswesen, Controlling, ja sogar Fahrtenbuch
oder gar Fahrtenschreiber.

Frage 5:

Realisieren wir uns,
dass ein Hund an der Leine keinen Hasen fängt?
Welche Freiheit für Eigeninitiative geben wir?
Wie viel Kontrolle wirkt lähmend auf Eigeninitiative?

Verkäufer,
eigenständige Persönlichkeiten,
leben in ständigen Spannungs-Zuständen.
Was gelten sie im Unternehmen? Viel oder wenig?
Beim Kunden müssen sie *alles* gelten.
Sie sind unser Repräsentant!

Frage 6:

Geben wir unseren Verkäufern soviel interne Reputation,
dass sie mit Stolz uns nach draußen vertreten?

Verkäufer
sehen diesen Job oft nur als Übergangsstation,
sie wollen Karriere machen,
und geben dafür alles, opfern Zeit, Nerven (und leider
oft auch Privatleben).

Frage 7:

Erkennen wir rechtzeitig das Führungspotenzial in Ihnen?
Verkennen wir auch nicht, dass ein guter Verkäufer nicht
unbedingt auch eine gute Führungskraft sein muss?

Beilstein, 25. Oktober 2006

END/z.