



## Vertriebsmanagement

„Von selbst entwickelt sich nur der Dschungel“ oder „Warum Erfolge aus dem Bauch heraus gefährlich sind.“

Das Thema „Professionalität im Vertrieb“ bewegt derzeit viele Unternehmen. Es ist offensichtlich, dass der Vertrieb vor großen Veränderungen steht. Über viele Jahre wurde systematisches Produktivitätsmanagement betrieben, im Vertrieb wurden Improvisation und Intuition oftmals groß geschrieben. Diese Vorgehensweise sollte nun durch systematisches Vertriebsmanagement ergänzt werden.

Die Bewertungsmaßstäbe für erfolgreiche Vertriebsarbeit werden sich verschieben. Die Erreichung kurzfristiger Absatzziele wird in Zukunft weniger im Mittelpunkt stehen, sondern Fragen nach einer langfristig wertsteigernden Marktposition, Kundenstrukturen und Kundenbeziehungen. Die Frage nach dem Ressourceneinsatz im Vertrieb wird viel stärker als in der Vergangenheit thematisiert.

Diese notwendigen Veränderungen lassen sich auf zwei Zielsetzungen verdichten. Einerseits eine Steigerung der Produktivität, andererseits eine Steigerung der Kundenorientierung. Die bisherigen Steigerungen der Produktivität beziehen sich fast ausschließlich auf den Bereich der internen Leistungserstellung, während im Bereich der Marktbearbeitung noch große Potenziale vorhanden sind. Die Kundenorientierung ist ein dynamischer Prozess. Was Kunden vor Jahren noch begeistert hat, ist heute schon selbstverständlich. Kurz gesagt, das Leistungsniveau muss bei gleichzeitiger Produktivitätssteigerung zunehmen.

Dieser zentralen Aufgabenstellung widmet sich Löser Consulting im Vertriebsmanagement. In der Praxis begegnen uns zum Beispiel oft folgende Probleme in unterschiedlicher Ausprägung:

Die **Marktbearbeitung** erfolgt nach dem Gießkannenprinzip. Jeder Kunde erhält die gleiche Leistung, zu wenig Konzentration auf die ertragsstarken Kunden und kein aktives Management der Kundenstruktur. Bei den **Mitarbeitern im Vertrieb** dominiert die produktorientierte und nicht die kundenorientierte Perspektive. Viele Verkaufsgespräche beginnen beim Leistungsangebot, nicht beim Bedürfnis des Kunden. Der Verkauf der Zukunft erfolgt aber nicht über Produkte, sondern verstärkt über Lösungen. Oftmals wird Vertriebsarbeit nicht durch entsprechende **Informationssysteme** unterstützt. Häufig werden hier nur Umsatzdaten gesammelt, aber nicht wirklich zuverlässige Potenzialdaten erhoben.

Der Vortrag über professionelles Vertriebsmanagement ermöglicht eine Standortbestimmung und gibt konkrete Ansätze, um die eigene Vertriebsarbeit weiter zu professionalisieren.