

Vertrieb und Verkauf



FINANZBERATUNG

Die Anlage- und Altersvorsorgeberatung sollen klaren Spielregeln unterworfen werden, fordern der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) und die Verbraucherzentralen den Gesetzgeber auf. Grund dafür sind die enormen finanziellen Verluste von Verbrauchern aufgrund unzähliger Fälle von Falsch- und Fehlberatungen. „Die Probleme in der Finanzberatung sind bis heute ungeklärt“, sagt Manfred

Westphal, Fachbereichsleiter Finanzdienstleistungen beim vzbv. „Es fehlen klare Standards für die ab 1. Januar 2010 geltende Dokumentationspflicht von Beratungsgesprächen. Ebenso mangelt es an klaren gesetzlichen Regeln für Beratungsgespräche und an einer konkreten Beaufsichtigung des Beratungsprozesses.“
www.vzbv.de

Vertrieb in der Krise

Je schwieriger die Zeiten, desto wichtiger der schnelle, aufrichtige Kontakt zwischen Kunden und Vertriebler

Von Mathias Maul

Viele Unternehmen müssen durch die Wirtschaftskrise herbe Vertrauensverluste verkraften. Statt jedoch alles daran zu setzen, das Vertrauen zum Kunden langfristig wieder aufzubauen, wird in vielen Abteilungen immer mehr Druck gemacht, Abschlüsse immer schneller und härter einzufahren, damit die Zahlen stimmen.

Dies ist eine kurzfristige und wenig erfolgversprechende Perspektive. Ein auf Nachhaltigkeit ausgelegter Vertrieb hingegen fokussiert auf den Aufbau einer Kundenbasis, die von echtem Vertrauen bestimmt ist. Aus der Erfahrung von hunderten Vertriebscoachings konnten vier Faktoren isoliert werden, die zu mehr Nachhaltigkeit im Vertrieb führen: Vertrauen, Haltung, Kraft, und Zeit.

Vertrauen

Nur durch Vertrauen – in Produkt und das Unternehmen – gewinnen Sie langfristig zufriedene Kunden, die Sie gern weiterempfehlen. Der stereotype Vertreter, der den Fuß in die Türe stellt, macht zwar schnell Umsätze, hat aber langfristig keine Kunden und läuft dem Umsatz hinterher statt umgekehrt. Jeder erfolgreiche Vertriebler ist vor allem eines: Vertrauens-Schaffer.

Haltung

In unseren Vertriebscoachings leben wir diesen Grundsatz: Haltung bestimmt Handlung. Mit einem „geraden Rücken“, das heißt der passenden inneren Haltung, verkaufen Sie genau die Produkte, die wirklich gebraucht werden – und stärken wiederum das Vertrauen.

DER AUTOR

Mathias Maul ist Experte für Hochgeschwindigkeitscoaching, Nischen- und Online-Marketing. Gemeinsam mit Vertriebsprofi Dirk H. Müller entwickelte er die Vertriebsmethodik HypnoSelling. www.hypnoselling.eu/fr

Kraft

Auch in schwierigen Zeiten durchzuhalten erfordert viel Kraft vom Vertriebsteam. Schulen Sie Durchhaltevermögen und planen Sie nicht nur zeitliche, sondern auch Energie-Ressourcen ein.

Zeit

Schnell und nachhaltig müssen sich nicht widersprechen: Je schneller Sie agieren, umso schneller reagiert Ihr Kunde. Unterscheiden Sie zwischen hektischer Betriebsamkeit und fokussierter Höchstgeschwindigkeit: Erstere bremst, letztere beschleunigt den Prozess.

Fazit

Das höchste Ziel für nachhaltigen Vertriebler ist die Maximierung der „Customer Value“, des Umsatzes, den ein Kunde während der gesamten, oft jahrelangen, Geschäftsbeziehung einbringt.

Die vier genannten Faktoren hängen eng zusammen. Egal, ob Sie Eisverkäufer oder Finanzvertriebler sind: Beginnen Sie beim Vertrauen in sich selbst und Ihr Vertriebsteam und optimieren dann die anderen drei Faktoren. Sie werden sehen: Die guten Zahlen kommen dann fast von alleine.



Hand drauf: Ein guter Geschäftsabschluss ist für

Unternehmen und Kunden ein Gewinn.

S. HOPFSCHLAGER/PIXELIO.DE

Kunden gewinnen und langfristig an den

Geschickter Vertrieb und Verkauf sichern die Grundlage jedes Unternehmens / Anerkannte IHK-Abschlüsse

Ob nun Versicherungen verkauft werden sollen oder Fonds, Computer oder Kuchen, Anzeigen oder Autos – der Vertrieb jedweder Waren oder Dienstleistungen ist einer der wichtigsten Kernaufgaben in jedem Unternehmen. Oft fällt in diesem Zusammenhang ein Zitat von Philip Kotler, Wirtschaftswissenschaftler und Begründer der modernen Marketinglehre: „Versuche nicht zu verkaufen, was bereits produziert wurde, sondern produziere, was sich verkaufen lässt.“

Denn durch geschickten Vertrieb und Verkauf werden Umsätze generiert – und nur so können Arbeitsplätze gesichert oder gar ausgebaut werden. Das A und O ist also Kunden zu gewinnen und vor allem langfristig an das Unternehmen zu binden.

In keiner anderen Branche wirken sich die akquirierten Aufträge so unmittelbar auf den Erfolg des

Unternehmens aus – und auf den des Vertrieblers die zumeist erfolgsabhängig vergütet werden. Damit das auch klappt, ist außer einem verkäuferischem Talent eine solide Ausbildung Voraussetzung. Bei Vertriebsleuten gefragt sind Engagement und kommunikative Kompetenz, Organisationsgabe und strukturiertes, zielorientiertes Handeln.

Vertriebsformen und Vertriebskanäle können ganz unterschiedlich sein. Wichtig ist für das Unternehmen, seine Zielgruppe ganz genau zu kennen, zu analysieren und darauf Erstanrede, Besuch, Produktpräsentation und so weiter genau auszurichten. Wichtig ist, diese Parameter regelmäßig zu überprüfen, da sie sich in der schnelllebigen häufig verändernden und der Vertrieb entsprechenden angepasst werden muss.

Wer Interesse hat an vertrieblischen Aufgabenstellungen und Praxis in Verkauf und Vertrieb im In-

nen- und Außendienst kann dies entsprechend fundiert erlernen: „Geprüfte(r) Fachberater/in im Vertrieb“ mit deutschlandweit anerkanntem IHK-Abschluss (IHK - Weiterbildungsstufe I) oder „Fachkaufmann/-frau für Vertrieb“ mit europaweit anerkannter IHK-Abschluss (IHK - Weiterbildungsstufe II) sowie die noch wenig bekannte Ausbildung zu „Geprüfter Vertriebswirt“.

Berufspraxis in Verkauf und Vertrieb sind meist Voraussetzung für einen solchen Lehrgang. Durch den anerkannten Abschluss lässt sich der Verkaufserfolg systematisch steigern und dieser qualifiziert auch für eine Führungsposition. Für diese Lehrgänge gibt es unterschiedliche Anbieter. In der Regel vermitteln sie Rechtsfragen aus der Vertriebspraxis ebenso wie Verkaufstechniken im Gespräch, Präsentationen, Kundenreklamationen, Rechnungswesen, Finanzierung und vieles mehr.

Betrieb binden

für Fachleute



Was vom Band läuft, muss an den Kunden gebracht werden.

DPA

Gesundes Essverhalten angewöhnen

Ernährungsberaterin unterstützt Kunden mit Rat und Tat

Seit mehr als fünf Jahren ist Manuela Kockisch als Ernährungsberaterin für Bonvita Treffpunkt Wunschgewicht tätig und managt als Bezirksleiterin ein Team der Bonvita GmbH. Diese hat ein Abnehm-Programm mit dem Ziel der dauerhaften Gewichtserhaltung entwickelt, das zur Zeit in Deutschland in mehr als 500 Gruppen vermittelt wird.

„Die richtige Ernährung ist ein wichtiger Baustein für optimale Lebensqualität“, sagt Manuela Kockisch. „Deshalb genügt es nicht, übergewichtigen Menschen nur ein Ernährungsprogramm zu bieten, mit dem sie erfolgreich abnehmen können. Man muss sie zugleich zu einem durchdachten und gesunden Essverhalten führen.“

So wird jede der Stufen, aus denen sich das dreiphasige Programm der Bonvita zusammensetzt, von der Ernährungsberaterin begleitet. Während der Abnehmphase berät sie die Teilnehmer in der Auswahl der kalorienreduzierten Gerichte, hat stets ein offenes Ohr für Probleme und bereitet für die wöchentlich stattfindende Gruppe ein interessantes und spannendes Thema rund um Ernährung vor. „Das Schönste an meinem Beruf ist, dass ich wirklich etwas bewirken kann“, sagt Kockisch. „Zudem bin ich für meine Teilnehmer viel mehr als ihre Ernährungsberaterin. Ich bin zugleich Freundin und Vorbild.“

Zentrales Merkmal des Bonvita-Programms ist dessen Ausgewogenheit. Während der Diät sind die Teilnehmer ausreichend mit Nähr- und Vitalstoffen ver-

sorgt, so dass sie weiterhin leistungsfähig sind. Ein wesentlicher Punkt ist auch, dass die Teilnehmer dabei unterstützt werden, ihr Wunschgewicht nach der Diät zu halten. Ohne Zweifel hat Manuela Kockisch ihren Traumberuf gefunden: „Ich werde erwartet und gebraucht und das bei freier Zeiteinteilung.“

ANZEIGE

Sie suchen ein zusätzliches Einkommen?

Gesunde Ernährung fasziniert Sie? Mit dem Verkauf unserer speziellen Lebensmittel und fundierter Beratung unterstützen Sie Ihre Kunden leichter gesund zu leben! Betreuen Sie unsere vorhandenen Teilnehmer und akquirieren Sie neu!

Wir bilden Sie z. Bonvita-Ernährungsberater/in aus.

Bewerben Sie sich für Ihre Region.
www.ichwerdeernaeherberater.de
Bezirksleitung Manuela Kockisch
Tel. : 09732 - 780594

bonvita
Treffpunkt Wunschgewicht

Die Ausbildung zum Ernährungsberater erfolgt durch die Bonvita GmbH. Für die selbstständige Tätigkeit sind keinerlei finanzielle Vorleistungen erforderlich.

Informationen gibt es bei Bezirksleiterin Manuela Kockisch unter Telefon 0 97 32/78 05 94; Bewerbungen per E-Mail an schulung@bonvita.eu.

www.ichwerdeernaeherberater.de

Kodex für Geschäftspraxis

Verband legt Richtlinien fest

Der Bundesverband Direktvertrieb ist der Spitzenverband des Direktvertriebs in Deutschland. Er vertritt die Interessen zahlreicher namhafter Unternehmen des privaten Konsumgüter- und Dienstleistungsbereichs. Die Mitglieder des Verbands haben sich mit „Verhaltensstandards des Direktvertriebs“ strenge Richtlinien im Umgang mit Kunden und Mitgliedern auferlegt. Diese garantieren den Schutz vor unseriösen Geschäftspraktiken ebenso wie hohe Kundenzufriedenheit.

Maßstäbe für eine bundesweit einheitliche Ausbildung setzte der Verband schon vor einigen Jahren zusammen mit der Bildungsgesellschaft des DIHK und einigen Mitgliedsunternehmen mit der Einrichtung des zertifizierten IHK-Lehrgangs zum Berater im Direktvertrieb. Dieser Lehrgang richtet sich sowohl an Außendienstler, die ihre Qualifikationen verbessern wollen.

Die Umsätze der im Bundesverband organisierten Unternehmen haben sich im ersten Halbjahr 2009 positiv entwickelt. Vom 1. Januar bis zum 30. Juni wurden Waren und Dienstleistungen im Wert von gut 801 Millionen Euro verkauft (gegenüber knapp 797 Millionen Euro im Vorjahreshalbjahr).

www.bundesverband-direktvertrieb.de

IMPRESSUM

„Vertrieb und Verkauf“ Anzeigensonderveröffentlichung der Frankfurter Rundschau
Redaktion: FR Publishing GmbH
Verantwortlich für Anzeigen: Petra Linke
Gesamtherstellung:
FR Publishing GmbH, Depot Sachsenhausen,
Karl-Gerold-Platz 1, 60594 Frankfurt am Main

Frankfurter Rundschau

Neues Lesen. Weiter denken.



Eine Übersicht über alle

Sonderthemen im Stellenmarkt 2010

erhalten Sie als PDF-Datei unter

www.fr-online.de/sonderthemen

Ihre Ansprechpartnerin für den Stellenmarkt:

Daniela Waldmann

Tel. 069 / 21 99 - 30 75 · Fax 069 / 21 99 - 25 30 75
E-Mail: d.waldmann@fr-online.de