



**Peter Schreiber**

Tel. +49 7062 96968  
Fax +49 7062 96963  
www.schreiber-training.de  
zentrale@schreiber-training.de

03. Dezember 2008

**„Yes, we can!“  
Im Vertrieb erfolgreich der „Krise“ trotzen.**

Keiner will es, aber alle machen es – Kunden, Mitbewerber, sogar wir selbst: Gürtel enger schnallen! Sparen um jeden Preis!  
Firmen stoppen Investitionen, Beschaffungen, Produktionen. Keiner will mehr etwas kaufen und wenn, dann möglichst billig.  
Wir können es fast nicht mehr hören, trauen uns aber auch nicht diese Jammerspirale mit gezielten offensiven Maßnahmen zu durchbrechen.

**Was können wir im Vertrieb tun?**

Unsere Kunden brauchen in ihren Märkten Wettbewerbs-Vorteile! Sie können nur dann etwas bei uns kaufen, wenn sie in ihren Märkten selbst etwas verkaufen und dabei Geld verdienen.

Also: Mache Deinen Firmenkunden *erfolg-reich!*

Das heißt, als Verkäufer und Anbieter von Lösungen, müssen wir jetzt die Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden verbessern! Sparen um jeden Preis ist dafür nicht die Lösung! Das schwächt die Qualität und die Leistung!

Was hilft unseren Kunden jetzt wirklich?

Unseren Kunden hilft nur das Steigern ihrer Effizienz, ihrer Wirtschaftlichkeit, ihrer Produktivität, ihres Return-on-invest. Damit sie in ihren Märkten, bei ihren eigenen Kunden und bei Kunden ihrer Wettbewerber, wettbewerbsfähig und erfolgreich sind.

Denken Sie auch an folgendes: Man darf davon ausgehen, dass die Konkurrenten ebenfalls sparen und ihren Kunden nicht mehr die gewohnten Leistungen erbringen. Darüber sind die Kunden der Wettbewerber sauer.

Und: Darüber sind die Vertriebsmitarbeiter der Wettbewerber unglücklich, frustriert, demotiviert und arbeiten ohne Esprit.

Lassen Sie uns nicht die gleichen Fehler machen!

Jetzt ist eine gute Gelegenheit auf Beutezug zu gehen:

- Akquirieren Sie gezielt Wettbewerber-Kunden!
- Lassen Sie Top-Mitarbeiter Ihrer Wettbewerber wissen, wie motivierend es ist, in Ihrem Unternehmen zu arbeiten!

#### **Also:**

Gekauft wird nach wie vor, eben nur etwas weniger. Professionelle Potenzialausschöpfung und Verdrängung sind angesagt:

#### **Die richtigen Kunden richtig bearbeiten!**

#### **1. Erstellen Sie Ihr Beuteraster und definieren Sie Zielkunden!**

Nicht allen Kunden, nicht allen Branchen geht es schlecht. Zum Beispiel boomt die Turbolader-Industrie und deren Zulieferer. Und: es gibt Kunden, die aufgrund ihrer langfristigen Strategie in Rezessionsphasen nicht in heftige Schlingerbewegungen geraten.

Unsere Kunden brauchen keine Produkte. Sie brauchen Lösungen!

Welchen Kunden (eigene und Wettbewerber-Kunden) können Sie mit Lösungen zu mehr Effizienz, Wirtschaftlichkeit, Produktivität, R.O.I. und besserer Wettbewerbsfähigkeit verhelfen? Fokussieren Sie sich auf Kunden mit interessanten Umsatzpotenzialen und realistischen Chancen für den Verkauf solcher Lösungen.

#### **2. Erarbeiten Sie für die namentlich definierten Zielkunden konkrete Maßnahmenpläne!**

Nicht „WAS soll erreicht werden“ (Umsätze, Deckungsbeiträge etc.), sondern das WIE ist der Schlüssel zum Erfolg!

Wie soll bei Beziehungsmanagement, Erschließung der Umsatzpotenziale und bei Akquisition von Wettbewerber-Kunden konkret vorgegangen werden?

Setzen Sie dazu Meilensteine und "controllen" (= steuern!) Sie diese.

Offerieren Sie Ihren Kunden Lösungen, die deren Stückkosten bzw. Prozesskosten reduzieren, Produkt- bzw. Service-Qualität erhöhen und damit das Preis-Leistungs-Verhältnis für deren Kunden verbessert.

Dazu braucht man keine rein technisch / fachlich ausgebildete Produktverkäufer, sondern kunden- und anwendungsorientierte Lösungs-Verkäufer mit betriebswirtschaftlichem Hintergrund und Wissen über die Wertschöpfungs- und Vermarktungs-Prozesse der Zielkunden.

**3. Motivieren und unterstützen Sie Ihre Vertriebsmannschaft insbesondere in folgenden Themen!**

- *Akquisition von Wettbewerber-Kunden:*  
Nicht über den Preis verkaufen! Besserer Partner für die Wettbewerbsfähigkeit des potenziellen Kunden sein!
- *Motivation und Taktiken für Preisverhandlungen:*  
Verhindern Sie durch psychologisches und verkaufstechnisches Training, dass jammernde Kunden die wirtschaftliche Lage ausnutzen und Ihren Verkäufern zusätzliche Preiszugeständnisse aus der Tasche ziehen!

**Fazit:**

Wer jetzt seine Verkaufsstrategie sauber herausarbeitet und motivierend kommuniziert, wer eine motivierte, qualifizierte und gut trainierte Verkaufstruppe hat, wird gestärkt und erfolgreich aus schwierigen Zeiten hervorgehen.

**„ Yes, we can ! Sell ! “**

Ihr



## **Seminarempfehlungen**

Programme und Termine können bei zentrale@schreiber-training.de angefordert werden.

- ❑ *Wie Sie im B2B Wettbewerber-Kunden gewinnen*  
(Zentrum für Unternehmungsführung, CH-Thalwil)
- ❑ *Erfolg im Verkauf von Projekten und Dienstleistungen*  
(Zentrum für Unternehmungsführung, CH-Thalwil)
- ❑ *Preisgespräche erfolgreich führen*  
(Zentrum für Unternehmungsführung, CH-Thalwil)
- ❑ *Besser Verhandeln und Verkaufen durch die "Brille" des Einkäufers*  
(VDI, Stuttgart)
- ❑ *Der aktive, verkaufsfördernde Vertriebsinnendienst*  
(VDI, Stuttgart)
- ❑ *Systematische und pro-aktive Akquise*  
(VDI, Stuttgart)
- ❑ *Umsatzsteigerung, Neukunden-Gewinnung, Wettbewerber-Verdrängung*  
Marketing-Weiterbildungsinstitut, Düsseldorf

## **Literaturempfehlung**

Buchprospekt kann bei zentrale@schreiber-training.de angefordert werden.

- ❑ *Das Beuteraster - 7 Strategien für erfolg-reiches Verkaufen*  
ISBN 3-280-02663-6