

CRM & Vertrieb



Experte für den Verkauf mit fünf Sinnen:
Unternehmer und Autor Karl-Werner Schmitz

Neue Informationen zur Absatzfinanzierung

In der Übergangsphase zwischen dem Höhepunkt der Wirtschaftskrise und einer langsam einsetzenden konjunkturellen Erholung bleibt es für Unternehmen in Deutschland wichtig, Ausfallrisiken ihrer Lieferungen und Leistungen bestimmen zu können. Mit den ersten Produkten einer neuen Auskunftsgeneration stellt das Un-

ternehmermagazin „Creditreform“ Lösungen für effiziente Kreditentscheidungen zur Verfügung. Neben solchen für Entscheidungen im mittleren und hohen Risikobereich enthält das Portfolio auch Auskunftsmuster für die schnelle Bonitätsprüfung bei geringen Risiken.

www.creditreform.de

MVV heißt die Devise

Das Mit-Mach-Verkauf(MVV)-Prinzip hebt darauf ab, dass der Kunde im Beratungs- und Verkaufsgespräch vom passiven Informationsempfänger zum aktiven Nutzenerfahrer entwickelt wird. Innovative Vertriebsleiter besprechen im Teammeeting mit Verkäufern, wie einzelne Kunden Produktinformationen und Produktnutzen am besten mit allen fünf Sinnen aktiv erleben und begreifen können.

Zu klassischen Mit-Mach-Aktionen gehört, dass der Kunde das Produkt anfässt, mit ihm spielt, es befühlt, begreift und letztlich mit ihm interagiert. Ist dies nicht möglich, kann er im Prospekt blättern und wird vom Verkäufer indirekt dazu aufgefordert, sich Notizen zu machen. Dazu schenkt dieser dem Kunden zu Gesprächsbeginn Schreibblock und Stift.

Klar ist: Je ungegenständlicher und abstrakter das Produkt, desto schwieriger ist es, zur Aktivität zu animieren. Daher sollten Ihre Mitarbeiter jede Gelegenheit nutzen, Kunden dazu zu bewegen, an Pinnwand oder Flipchart tätig zu werden oder Preisvorteile auf dem Blatt Papier selbst auszurechnen: „Wir sollten eine Modellrechnung entwerfen. Können Sie hier am Flipchart einmal Ihre Daten eintragen?“

Setzen Sie die kritische Brille auf, und suchen Sie im gesamten Kundenkontakt nach Möglichkeiten, Dinge, die Ihre Verkäufer bisher selbst erledigt haben, vom Kunden übernehmen zu lassen. Bei einer Finanzanlage oder Versicherung stellt dann beispielsweise der Kunde die Renditeberechnungen an.

www.haptische-verkaufshilfen.de

Mittelstand: Innehalten und „swot“en

Wenn der Auftragsberg und die Umsätze schmelzen, reagieren Betriebe oft ratlos oder aktionistisch. Mit dem Handlungsteam im eigenen Haus liegen schnelle Hilfe und guter Rat jedoch oft nah. Stellen Sie sofort eine Mannschaft aus engagierten, glaubwürdigen und kommunikativen Mitarbeitern aus Vertrieb, Logistik, Rechnungswesen, Beschaffung, Produktmanagement und Produktion zusammen. Mit diesem Ad-hoc-SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats)-Team erarbeiten Sie an einem Tag Vorschläge für neue Geschäfte nach folgenden genial einfachen Schritten:

- Wecken Sie beim ersten Treffen direkt Verständnis für die Wichtigkeit und Dringlichkeit von Gegenmaßnahmen.
- Geben Sie jedem Mitarbeiter fünf Karten. Darauf schreibt jeder in nur fünf Minuten fünf – nicht weniger – Stärken des eigenen Unternehmens in Marketing und Vertrieb auf.
- Dann erarbeiten alle nach gleicher Vorgehensweise im Brainstorming kreativ fünf Chancen für den Vertrieb am Markt.

Im Nu präsentieren Ihnen die Mitarbeiter eine große Zahl an Ideen. Diese priorisieren alle mittels eines Punkte-Verfahrens nach dem Grad ihrer Wirkung, Wirtschaftlichkeit, Handlungsnotwendigkeit und Wettbewerbsrelevanz. Nun konzentrieren Sie sich nur auf die Sofortaktionen, die auf die drei bedeutendsten Stärken gründen. Und diese setzen Sie auf die größten Chancen im Vertrieb an. Die Ergebnisse werden schnell und überraschend positiv sein.



Clemens Renker ist Experte für den Mittelstand und Professor für Marketing. Kontakt: www.ifme-muenchen.de