



PERFORMANCE 5D



**Wie viel Geld lassen wir
(Deutsche im Weltmarkt)
auf dem Tisch liegen?**

Ein ungewöhnlicher Blick auf die deutsche B2B-Vertriebs-Landschaft von Siegfried Kreuzer!

Durch die Zusammenarbeit mit mehreren hundert Unternehmen – samt Inhaber, Vorstände, Manager und mehr als 5.000 Vertriebsmitarbeiter – erschloss sich mir in den letzten Jahren ein Bild, das ich gerne mit Ihnen teilen möchte. Die Frage, die sich mir nach all diesen Beobachtungen stellt, lautet: „Wie viel Geld lassen wir im B2B-Vertrieb in Deutschland – durch mangelnde Vertriebsausbildung – auf dem Tisch liegen? Ich freue mich übrigens auf Ihr persönliches Feedback – und bin auf abweichende, ähnliche oder unterstützende Gedanken Ihrerseits wirklich gespannt!

Einige Fakten

Deutschland ist nach wie vor – einer der – Exportweltmeister. Gehen wir hier mal von einer vollkommen „Coronafreien-Zone und -Sichtweise aus“, boomt unsere Wirtschaft immer noch. Zwar nicht mehr ganz so wie noch vor einigen Jahren, dennoch sind wir immer noch auf hohem Niveau.

Unsere Maschinen und Dienstleistungen werden „im globalen Dorf“ wertgeschätzt. Deutschland ist maßgeblich am Auf- und Ausbau der Fertigungsstätten in Ost-Europa, Asien, Lateinamerika und mittlerweile auch Afrika beteiligt. Fertigungen ohne deutsche Maschinenparks oder Ingenieursleistungen werden Sie in den verschiedensten Industriesektoren nur schwer finden.

Diese wertgeschätzten Produkte, Lösungen und Services werden von sehr gut ausgebildeten Ingenieuren und Technikern im Weltmarkt verkauft. Diese Personen sind, zumindest aus heutiger Vertriebsleiter-, Inhaber-, Vorstands- und Management-Sicht, unabdingbar notwendig – um diese erklärungsbedürftigen Produkte und Dienstleistungen auch entsprechend beratend verkaufen zu können.

Bis zu 5% der Umsatzerlöse, teilweise sogar mehr, werden für (neue) Produktschulungen investiert – um die (technischen) Vertriebsteams auf dem neuesten, produkttechnischen Stand zu halten.

Wir „erschaffen“ seit Jahrzehnten Vertriebsmitarbeiter, die eine Passion zum Produkt (dazu gehören natürlich auch die Lösungen und Services, aber lassen Sie uns der Einfachheit halber ab hier einfach nur noch vom „Produkt“ sprechen) entwickeln. Vertriebsmitarbeiter, die dieses Produkt nun mit Enthusiasmus beim Kunden feilbieten und gerne auch die Spezifikationen noch über Gebühr ausreizen! Ein oft gehörtes Zitat „Natürlich können wir dies oder das erfüllen, geben Sie uns zwei Wochen Zeit, wir schaffen das“.



Worauf möchte ich hinaus?

Bitte reflektieren Sie einmal in Ihrem eigenen Unternehmen: Wie viel wird bei Ihnen in Produktschulungen und technische „Cross Selling“ Möglichkeiten investiert? Wie viel wird darüber hinaus in Ihrem Unternehmen in kommerzielle und soziale Vertriebskompetenz investiert? Was ist notwendig? Technik oder BWL? Harte Fakten oder weiches Beziehungsmanagement? Wir brauchen eine Balance zwischen obigen Parametern! Was wir meist vorfinden, ist ein Schwergewicht an technischem Verständnis und mangelnde Kompetenz in Betriebswirtschaft und vertrieblicher Sozialkompetenz.

Kürzlich war ich als Referent bei einem Vertriebsleiter-Kongress. In meinem Vortrag stellte ich unser „Sales-System“ als Vertriebsmanagement-Tool vor. In der anschließenden Diskussionsrunde sagte mir ein Vertriebsleiter eines mittelständigen deutschen Unternehmens: „Ich höre wohl Ihre Botschaft, jedoch verkennen Sie unsere Situation. Wir haben exzellent ausgebildete Ingenieure, die unsere Produkte verkaufen. Nennen Sie mir einen Grund, warum ich diese hervorragenden Ingenieure nun auch noch mit ihren Werkzeugen coachen sollte. Sie haben das notwendige technische Wissen – da erwarte ich einfach, dass sie unsere führenden Produkte erfolgreich verkaufen!“ Zitat Ende.



Entscheidende Fragen an Sie

Was denken Sie, lassen solche technisch hervorragend ausgebildeten Ingenieure an Marge auf dem Tisch des Weltmarktes liegen? Ist es nicht so, dass alle Welt nach deutschen technischen Produkten giert – wir uns aber am Ende des Tages mit den Preisen aller anderen (Billiganbieter) messen lassen müssen? Warum gelingt es uns nur begrenzt, unsere Hochleistungsprodukte auch zu Hochleistungspreisen zu verkaufen?

Mögliche Antworten „aus eigener Perspektive“

Gerne gebe ich Ihnen meine Antwort und freue mich dann auf Ihre Meinung dazu: Wir benötigen neben der hervorragenden technischen Ausbildung, endlich auch eine fundierte kommerzielle und soziale Vertriebsausbildung! Wir brauchen Verkäufer, die den wirklichen Bedarf bzw. die wahren Bedürfnisse der potenziellen Kunden frühzeitig erkennen und entsprechend adressieren. Wir benötigen Vertriebsmitarbeiter, die sich bewusst sind, dass sie mit nur 3% Skonto den Gewinn ihres Unternehmens vor Steuern oftmals halbieren!

Wir benötigen Verkäufer, die „Marktpreis plus“ verkaufen und nicht mit Discounts die Aufträge an Land ziehen. Wir brauchen Verkäufer, die in der Lage sind, langfristige „Win-Win“ Kunden-Beziehungen auf- und auszubauen. Auf Basis dieser Kundenbindungen lassen sich weitere frühzeitige Informationen einholen, die zum Beispiel unsere Produkt-Marketing Abteilungen mit Informationen aus erster Hand versorgen.

Ergebnisse aus unserer Sicht

In unseren Performance-Workshops, die sich übrigens an realen Verkaufsprojekten der Seminarteilnehmer orientieren und diese zum Lerninhalt machen, erzielen wir fast bei 100% aller Maßnahmen folgende Resultate:

Unser Kunde

- gewinnt mindestens ein Projekt, das ohne unsere im Workshop durchgeführte Analyse und den erarbeiteten strategischen Aktionsplan verloren gegangen wäre – und / oder
- gewinnt mindestens ein Projekt mit signifikant höherer Marge – und / oder
- verliert ein Projekt wesentlich früher im Zeitplan. So können entsprechende Ressourcen keine Kosten mehr verursachen und gewinnbringender bei erfolgreicheren Projekten eingesetzt werden!



Warum erreichen wir diese Ziele?

Weil wir uns nicht ausschließlich auf die technischen, sondern auch auf die kommerziellen Ziele und vor allem Beziehungen konzentrieren! Weil wir die wirklichen unternehmerischen UND persönlichen Bedarfe wie Bedürfnisse Ihrer Kunden und Personen „entdecken“! Weil wir einen strategischen objektiven Aktionsplan zu jedem Projekt entwickeln.

Sie werden überrascht sein, wie schnell auch Ihre Mitarbeiter mit einer solch fundierten Ausbildung plötzlich mehr Projekte schneller und mit besseren Margen gewinnen.

Wenn wir es endlich erreichen, im B2B-Bereich eine fundierte, einheitliche und nachhaltige Ausbildung zu schaffen – dann werden nicht nur die Verkäufer in Person und die Unternehmen „vor Ort“ davon profitieren, sondern die gesamte Wirtschaftsleistung Deutschlands. Denn von einem Fakt bin ich überzeugt: Der größte volkswirtschaftliche Schaden in Deutschland wird durch mangelhafte Vertriebsleistungen im Weltmarkt verursacht.

Wie sehen Sie das? Lassen Sie uns miteinander sprechen. Ich freue mich auf Ihre Meinung!

Autor:

Siegfried Kreuzer, Co-Founder PERFORMANCE 5D,
Geschäftsführer KP2 GmbH

Lit Code:
2020/08/FA/Wie_viel_Geld_lassen_wir_
Deutsche_im_Weltmarkt_liegen/SK/4.0

© 2020 PERFORMance 5D
Alle Rechte vorbehalten.

PERFORMANCE 5D

Maidenbergstraße 3
93059 Regensburg
Deutschland

Tel: + 49 171 623 9879
info@performance5d.com

www.performance5d.com