

Je früher, desto besser.

Die letzten Jahre waren betäubend – stabile Nachfrage, viele Aufträge.

Unternehmen konnten sich ganz darauf konzentrieren, eingehende Anfragen effizient abzuarbeiten. Doch diese Zeiten sind vorbei. Die Nachfrage geht in vielen Branchen zurück, und plötzlich zeigt sich, dass viele im Vertrieb nicht vorbereitet sind, erfolgreich darauf einzuwirken.

Was ist passiert?

Zwei zentrale Entwicklungen prägen diese Herausforderung im Vertrieb:

1. Kurze Umsetzungsprozesse: Wenn Kunden aktiv anfragen, haben sie ihre Entscheidung, ob und wie investiert wird, meist getroffen. Es werden mehrere Anbieter kontaktiert. Der Preis wird in diesem Vergleich schnell zum entscheidenden Kriterium. Die Margen schwinden.
2. Keine Einflussnahme: Die Denkarbeit ist beim Kunden längst erledigt, bevor die Anbieter ins Spiel kommen. Die Beschaffung wird nach unten delegiert. Die Prozesse sind vorgegeben. In der Folge wird der Auftrag oft an bestehende Lieferanten vergeben – weil man ihn kennt. Das birgt weniger Risiken und ist bequem.

Das Ergebnis?

Standardisierte Prozesse sind unpersönlich. Margen sinken, und Unternehmen verkaufen zunehmend nur noch Stunden oder standardisierte Produkte. Individuelle Lösungen, die echten Mehrwert bieten, rücken zunehmend in den Hintergrund.

Doch wie kommen Sie hier heraus?

Die Lösung liegt nicht darin, weiter abzuwarten, sondern proaktiv zu handeln, indem Sie direkt auf die Entscheidungsträger zugehen. Das klingt zwar aufwendiger – und auch riskanter. Aber genau hier entscheidet sich, wer zukünftig nahe am Kunden ist und erfolgreich bleibt.

Mit diesen drei Schritten können Sie das Risiko minimieren und Ihre Erfolgschancen maximieren:

1. Ein klares Zielkunden-Profil: Setzen Sie dort an, wo Sie schon erfolgreich waren – bei ähnlichen Unternehmen und Projekten.
2. Strategische Ansprache: Identifizieren Sie früh, welche Kunden das Potenzial haben, und bringen Sie sich von Beginn an auf Entscheiderebene ins Spiel.
3. Ein durchdachter Verkaufsprozess: Sorgen Sie dafür, dass der Kunde in persönlichen Interaktionen Sicherheit und Vertrauen entwickelt. Zeigen Sie ihm, warum Ihr Weg der bessere ist.

Raus aus der Komfortzone.

Ich weiss, Sie denken jetzt vielleicht, dass dieser Prozess deutlich ineffizienter ist und mehr Risiken birgt, weil Sie in der Vergangenheit festgestellt haben, dass die Vorleistung gross ist und die Kunden sich dann doch nicht dazu entscheiden, das Projekt umzusetzen.

Doch genau hier liegt die Chance: Indem Sie frühzeitig enger mit potenziellen Kunden zusammenarbeiten und Vertrauen aufbauen, können Sie nicht nur die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass gemeinsame Projekte umgesetzt werden, sondern auch langfristige Partnerschaften schaffen.

Vielleicht hilft es, den tatsächlichen Aufwand beider Wege einmal objektiv zu vergleichen. Berücksichtigen Sie dabei die investierten Stunden, die Erfolgsquote und

den erzielten Deckungsbeitrag. Allzu oft neigen wir dazu, uns die Komfortzone schönzureden, nur um der Unsicherheit des Unbekannten zu entgehen.

Der proaktive Weg erfordert Mut und die Bereitschaft, die Komfortzone zu verlassen. Doch er bringt entscheidende Vorteile mit sich:

- Sie setzen höhere Preise durch.
- Sie bauen Beziehungen zu Kunden auf, die langfristig Bestand haben.
- Statt Aufträge rein transaktional abzuwickeln, werden Sie zum echten Partner Ihrer Kunden.

Die Wahl liegt bei Ihnen: Lassen Sie sich, solange es geht, in der Komfortzone treiben – oder gestalten Sie aktiv die Zukunft Ihres Unternehmens. Das Ziel ist klar – starten Sie jetzt!

Möchten Sie erfahren, wie Sie dies in Ihrem Unternehmen umsetzen können?

Dann lade ich Sie herzlich zu einem meiner kostenlosen Live-Webinare ein. Ich freue mich auf Ihre Fragen und einen kritischen Austausch. Mehr dazu finden Sie hier:

<https://patrickutz.com/webinar>