Chancenreiche Herausforderung für Unternehmen

In Märkten, die sich immer schneller verändern, reicht es nicht mehr aus, eine starre Verkaufsstrategie zu verfolgen. Viel entscheidender ist eine dynamische Strategie, die auf Proaktivität beruht – also auf vorausschauendem und agilem Handeln.

Um dieses Konzept in Vertriebsorganisationen umzusetzen, sind in den Vertriebsteams verschiedene Schritte notwendig, die nachfolgend näher dargestellt werden.

1. Proaktive Verkaufsstrategie

Unternehmen sollten ihr Marktumfeld genau beobachten, um Risiken zu minimieren und Chancen zu ergreifen. Eine auf Proaktivität beruhende Strategie ist dabei entscheidend. Sie ermöglicht es so, Marktveränderungen zu antizipieren und Chancen zu ergreifen, bevor es die Konkurrenz tut. Denn wer heute nicht proaktiv verkauft, überlässt Dritten, wie sich das eigene Unternehmen entwickelt.

> *„Unternehmen sollten ihr Marktumfeld genau beobachten, um Risiken zu minimieren und Chancen zu ergreifen."*

Ein proaktiver Verkauf erfordert, dass die Denkweise angepasst wird. Das kann herausfordernd sein. Doch es ist essenziell, um die Kontrolle über die Entwicklung des Unternehmens zu behalten und nicht etwa von externen Einflüssen abhängig zu sein. Eine Vetriebsstrategie, die auf Proaktivität und Umsetzung ausgerichtet ist, beinhaltet:

> *„Ein proaktiver Verkauf erfordert, dass die Denkweise angepasst wird. Das kann herausfordernd sein."*

- **Prozess und Methodik.** Ein einfacher Verkaufsprozess und die Ansprache von Kunden muss definiert werden. Der Fokus liegt darauf, neue Kunden zu gewinnen und das Geschäft mit bestehenden Kunden auszubauen.
- **Bereitschaft.** Vertriebsführungskäfte sollten dafür sorgen, dass ihre Vertriebsteams die nötigen Fähigkeiten und Ressourcen besitzen, um erfolgreich zu agieren. Sie sollten es dazu mit umsetzungsorientierten Trainings und modernem Werkzeug auf das angestrebte Niveau bringen.
- **Vertriebsinhalte und Anleitung.** Für Vertriebsteams sollten überzeugende Verkaufsmaterialien und Fallstudien vorgehalten werden, die Teams helfen, den Wert ihres Angebots relevant zu kommunizieren.
- **Anpassung.** Der Verkaufsansatz sollte an die spezifischen Bedürfnisse ihrer Zielgruppen angepasst werden, indem deren Herausforderungen und Entscheidungsprozesse verstanden werden.
- **Messgrößen.** Verhaltensorientierte Kennzahlen, wie zum Beispiel Zusatzgeschäfte zu generieren, sollten im Fokus stehen, um den Erfolg der Vertriebsaktivitäten nicht nur zu messen, sondern sie auch zu steuern.

Kompakt

- Ein proaktiver Verkauf erfordert eine angepasste Denkweise in den Vertriebsteams.
- Gute Führung, richtige Messgrößen und Etappenziele sorgen dafür, dass Mitarbeiter die Ziele der Gesamtstrategie nicht aus den Augen verlieren.
- Vertriebsmitarbeiter sollten ihre Teams dazu anhalten, konsequent an der Umsetzung der Strategie zu arbeiten.

2. Konsequente Umsetzung

Die eigene Verkaufsstrategie erfolgreich umzusetzen, setzt voraus, dass Ziele und Vorgaben verständlich kommuniziert

werden. Dazu gehört nicht nur das Ziel der Strategie, sondern auch, wie die proaktive Verkaufsstrategie effektiv und konsequent umgesetzt werden kann. Eine gute Führung, die richtigen Messgrößen und Etappenziele sorgen dafür, dass die Mitarbeiter die Ziele der Gesamtstrategie nicht aus den Augen verlieren und nicht überfordert werden. Kommen Zweifel oder Verunsicherung auf, führt das zu Widerständen seitens der Mitarbeiter und so zu einer verminderten Produktivität.

Offene Kommunikation ist essenziell

Das Verkaufsteam muss die strategischen Ziele und die Maßnahmen verstehen. Klare Prioritäten und regelmäßige Updates zu Kundenfeedback helfen dem Team, seine Arbeit effektiv auszurichten. Eine durchdachte Ressourcenplanung verhindert Überforderung und nutzt die Fähigkeiten jedes Teammitglieds optimal. Führungskräfte müssen dabei Unterstützung bieten, Erfahrungen teilen und im Konfliktmanagement versiert sein, um mit Widerständen und Unsicherheiten im Team konstruktiv umzugehen. Denn diese gibt es ganz bestimmt.

„Eine Strategie, die nicht konsequent umgesetzt wird, wird zum Misserfolg“

3. Starkes Leadership

Eine Strategie, die nicht konsequent umgesetzt wird, wird zum Misserfolg. Um das zu verhindern, ist starke Führung ein Garant für nachhaltigen Erfolg. Zur Unterstützung der Mitarbeiter gehört auch, zu schauen, ob Vorgaben konsequent umgesetzt werden und wo bei Problemen auch jeder Einzelne unterstützt werden kann. Dafür braucht es enge Zusammenarbeit zwischen der Führungsebene und den Mitarbeitern.

Zeit für den Prozess der Mitarbeiter

Führungskräfte, die eng mit ihren Teams zusammenarbeiten, verstehen die Herausforderungen im Verkaufsprozess genau und können so gezielte Unterstützung bieten. Wenn sie Erfahrungen teilen und sich aktiv beteiligen, werden sie zu motivierenden Vorbildern.

Einzelgespräche helfen, die Umsetzung der Strategie zu bewerten, Potenziale zu erkennen und Probleme effektiv zu lösen. Wenn Führungskräfte sich Zeit für den Prozess und für die Mitarbeiter nehmen, gewinnen sie Vertrauen, steigern die Motivation und verbessern die individuelle Produktivität der Mitarbeiter.

Hintergrund

Für mehr Einblicke ist die kostenlose Teilnahme an der „Sales Proactivity Studie“ empfehlenswert. Sie wird gemeinsam mit dem Innovation Hub der Universität Zürich durchgeführt. Teilnehmer erhalten einen individuellen Benchmark und ein Handbuch mit praktischen Tipps zur Umsetzung.
Teilnahme unter: XXXX

4. Aktive Befähigung

Um im dynamischen Markt zu bestehen, ist Lernbereitschaft essenziell. Fortbildungen und Coachings stärken die Kompetenz der Mitarbeiter, effektiver mit Herausforderungen umzugehen. Trotz der Kosten ist dies eine lohnende Investition in Produktivität und Verkaufserfolg.

Die richtigen Angebote bereitstellen

Wenn es darum geht, neue Wege zu gehen, sind externe Schulungen meist effektiver als Eigenkonstruktionen. Denn interne Trainings sind stark von persönlichen Präferenzen geprägt. Die trainierende Person muss für die angestrebte Verhaltensänderung ein Vorbild sein. Ergänzend können interne Mentoring-Programme hilfreich sein. Hierbei kann raktisches Wissen weitergegeben werden.

„Führungskräfte, die eng mit ihren Teams zusammenarbeiten, verstehen die Herausforderungen im Verkaufsprozess genau und können so gezielte Unterstützung bieten.“

Führungskräfte sollten in Mitarbeitergesprächen individuelle Potenziale und Defizite definieren und Angebote entsprechend auswählen. Wichtig: Die Trainings sollten umsetzungsorientiert sein und Erfolgserlebnisse schaffen.

5. Passende Messgrößen

Kennzahlen im Verkauf helfen, den Erfolg von Strategien zu bewerten, Defizite aufzudecken und Verbesserungen zu identifizieren. Sie sind besonders maßgebend für den Umsetzungserfolg proaktiver Verkaufsstrategien, da sie die Beziehung zwischen Strategieumsetzung und Verkaufserfolg (also Ursache und Wirkung) aufzeigen. Sie

verdeutlichen, wie bestimmte Verkaufsaktivitäten zu Ergebnissen führen.

Messdaten sammeln und gezielt nutzen

Vertriebsentscheider sollten den Fokus auf Kennzahlen legen, die eng mit der für die Zielerreichung notwendigen Proaktivität verbunden sind. Beispiele hierfür sind die

- Anzahl der proaktiv vereinbarten Kundentermine oder
- Termine für die Angebotsbesprechung vor Ort.

Diese Messgrößen sollen ihnen Einblick in das Verhalten des Teams geben und den Einfluss auf die Abschlussquoten deutlich machen. Wichtig ist, dass die Kennzahlen Verhaltensweisen abbilden, die direkt auf die Zielerreichung ausgerichtet sind. Um Kennzahlen wirkungsvoll einzusetzen, ist es außerdem hilfreich, diese regelmäßig mit dem Team zu teilen und zu diskutieren. Das schließt ein, die Bedeutung hinter den Zahlen zu erklären und wie jeder Einzelne durch seine Arbeit die Ergebnisse positiv beeinflussen kann. Auch Visualisierungen im Büro, auf Boards oder digitalen Plattformen tragen dazu bei, dass Mitarbeiter wissen, wo sie stehen.

6. Kontinuität

Umsetzung, Etablierung und Überprüfung einer proaktiven Verkaufsstrategie sind ohne Zweifel die Kernelemente, damit eine solche Strategie funktionieren kann.

> *„Kennzahlen im Verkauf helfen, den Erfolg von Strategien zu bewerten, Defizite aufzudecken und Verbesserungen zu identifizieren."*

Was all den vorher genannten Punkten aber zugrunde liegt, ist die Kontinuität. Ein der größten Herausforderungen für alle Beteiligten.

Disziplin und Ausdauer

Alle Beteiligten müssen für den Strategieerfolg am Ball bleiben. Vertriebsführungskräfte sollten ihr Team dazu anhalten, konsequent an der Umsetzung der Strategie zu arbeiten und Aufgaben zu priorisieren. Erfolg, Lob und Belohnungen fördern zusätzlich Ausdauer und Disziplin. Sie sollten die individuellen Ziele des Einzelnen dabei in den Zusammenhang zum Gesamterfolg setzen und die Bedeutung langfristiger Bemühungen über kurzfristige Erfolge hinaus betonen. Die Nähe zum Team und das kontinuierliche Feedback sind hier wichtig.

Eine proaktive Verkaufsstrategie erfordert anfangs zwar viel Einsatz und Zeit. Langfristig sichert sie jedoch den Erfolg. So wird Proaktivität ein natürlicher Teil der Unternehmenskultur. Hierdurch werden sie besser auf Marktdynamiken reagieren. ■



Verfasst von

Patrick Utz

Er ist Vertriebsexperte und Sales-Trainer in Zürich/Schweiz (www.patrickutz.com). Der Ökonom ist Autor des Buchs „Verkauf. Schlau. Machen." Zu seinen Kunden gehören Konzerne wie SAP oder Bring, KMUs im DACH-Raum sowie die drei großen Schweizer Universitäten St. Gallen, Zürich und ETH Zürich. Der Extremsportler lief als erster Schweizer den Marathon am Nordpol.

E-Mail: patrick@patrickutz.com

Springer Professional

Vertriebsproaktivität

Zupancic, D.: Von Spitzenleistungen im Vertrieb zu einem vertriebsorientierten Spitzenunternehmen, in: Zupancic, D.: Sales Drive, Wiesbaden 2023, https://sn.pub/VjROXO

Rainsberger, L.: Der ENABLE-Vertriebsprozess, in: Der moderne Kunde – das PHANTOM, Wiesbaden 2022, https://sn.pub/wKLbtD