



Foto: ©sodafish/iStock.com

# Den Markt gezielt bearbeiten

**Walter Kaltenbach**

Vertriebserfolge sind das Ergebnis einer gezielten Marktbearbeitung. Und hierbei benötigen die Vertriebsmitarbeiter in der Regel Unterstützung durch die Führungskraft. Acht Tipps können helfen, den Vertriebserfolg zu sichern.

1. Analysieren Sie als Verkaufs- oder Vertriebsleiter mit Ihren Mitarbeitern, welches Handeln nötig ist, um die vereinbarten Vertriebsziele zu erreichen – zum Beispiel „Zwölf Prozent mehr Umsatz erzielen“ oder „Zehn Neukunden für das Produkt x mit dem Potenzial y gewinnen“. Gliedern Sie hierfür den Vertriebsprozess in überprüfbare (Teil-)Schritte. Zum Beispiel: Kunden anrufen, mit ihnen Präsentationen vereinbaren.

2. Vereinbaren Sie mit Ihren Mitarbeitern auch, welche Maßnahmen sie ergreifen sollen, um die vereinbarten Ziele zu erreichen. Zum Beispiel: Aus dem Adresspool 50 Erfolg versprechende potenzielle Kunden herausfiltern, diese bis zum konkreten Termin anrufen, mit zehn von ihnen einen Besuchstermin vereinbaren.

3. Legen Sie mit Ihren Mitarbeitern auch Zwischentermine fest, bei denen Sie überprüfen, ob die vereinbarten Maßnahmen gegriffen haben; des Weiteren Termine, bei denen Sie mit ihnen zusätzliche Aktivitäten vereinbaren, sofern absehbar ist, dass ein Verkäufer das geplante Ziel nicht erreicht.

4. Coachen Sie Ihre Mitarbeiter bei ihrer Alltagsarbeit – zum Beispiel, indem Sie diese (angekündigt) bei Kundenbesuchen begleiten und deren Verlauf sowie das Verhalten der Verkäufer im Kundenkontakt anschließend gemeinsam analysieren.

5. Geben Sie Ihren Mitarbeitern regelmäßig ein Feedback über ihr Vorgehen und Verhalten. Bewerten und honorieren Sie nicht nur die Ergebnisse ihres Tuns, sondern auch die Qualität und Quantität der Maßnahmen, die sie ergriffen haben, um diese zu erreichen.

6. Schrecken Sie nicht davor zurück, auch Geld als Motivationsinstrument einzusetzen – selbst wenn viele Managementgurus das Gegenteil verkünden. Die Vertriebspraxis zeigt: Es wirkt.

7. Analysieren Sie mit Ihren Mitarbeitern, bevor Sie mit ihnen neue Vertriebsziele vereinbaren, wie Verkaufserfolge in der Vergangenheit zustande kamen. Dann erkennen sie, welche Maßnahmen für den Erfolg nötig sind ... und aus Ihren Verkäufern werden allmählich Spitzenverkäufer.

Und „last but not least“: Vergessen Sie als Führungskraft nie, dass Ihre Leistung von Ihren „Chefs“ letztlich stets an der Leistung Ihrer Mitarbeiter gemessen wird. Entsprechend viel Aufmerksamkeit sollten Sie ihrem Tun schenken. «

**Walter Kaltenbach**, Inhaber des auf den technischen Vertrieb spezialisierten Trainings- und Beratungsunternehmens Kaltenbach Training, Böbingen bei Aalen, [www.kaltenbach-training.de](http://www.kaltenbach-training.de)