



Tipps & Tricks im Vertrieb

SIGMA Vorlesungsreihe WS 2011/12

Daniel Burgos
Geschäftsführer
Campus Consult Projektmanagement GmbH



CampusConsult
Projektmanagement GmbH

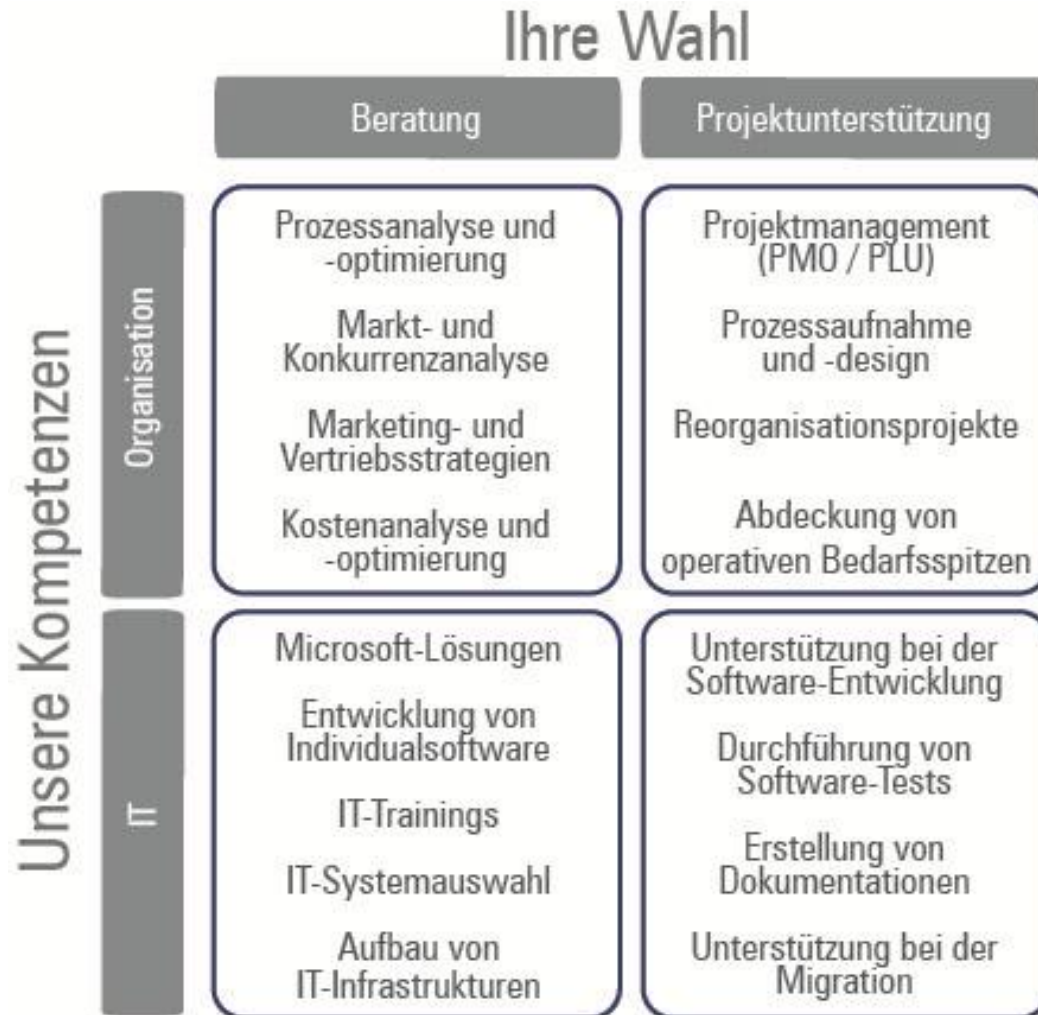
- Kurzvorstellung Campus Consult
- Grundlagen Vertrieb
- Kunden gewinnen – Akquise leicht gemacht
- Tipps & Tricks

- ✓ Campus Consult ist eine der großen Beratungen mit studentischem Hintergrund in Deutschland
- ✓ Studenten und Absolventen bieten wir eine Plattform zur Gestaltung ihrer jungen Karriere und zur Knüpfung wertvoller Kontakte
- ✓ Im Rahmen von Organisations- und IT Projekten wenden wir Methoden an, die wir ständig weiterentwickeln
- ✓ Unseren Kunden bieten wir ein sehr attraktives Preis-Leistungsverhältnis

Zahlen & Fakten aus dem Jahr 2010

Bearbeitete Beratungsprojekte	87
Geleistete Beratertage	3400
Aktive Kunden	64
Mitarbeiter deutschlandweit	98
Durchgeführte unterschiedliche Schulungen zur Vorbereitung auf Projekte	44





Wir suchen und bieten Augenhöhe. Mit unseren Kunden, Mitarbeitern und Partnern.



VOLKSWAGEN | CONSULTING

GILDEMEISTER

Mettenmeier

CLAAS

UNITY

BENTELER

hp invent

Deutsche Post

adidas GROUP

Triumph-Adler

WINCOR NIXDORF

Deutsche Bank



KELLER

O₂

Studiengänge

- Wirtschaftsnah und technisch
- BWL; International Business; Economics
- (Wirtschafts-) Informatik
- Wirtschaftsingenieurwesen, Maschinenbau

Interessensgebiete

- Softwareentwicklung & -architektur (.NET, Java, MS Sharepoint)
- Projektmanagement
- Prozess-/ Qualitätsmanagement
- Marketing/ Vertrieb
- Projektunterstützung



- Projekterfahrung wünschenswert, aber nicht ausschlaggebend
- projektinteressierte Studenten und Absolventen
- Voll- und Teilzeiteinsätze

- Kurzvorstellung Campus Consult
- Grundlagen Vertrieb
- Kunden gewinnen – Akquise leicht gemacht
- Tipps & Tricks

Definition des Vertriebsbegriffs

- Vertrieb ist ein Teilbereich des Handels, also des Austauschprozesses von Waren und/oder Dienstleistungen gegen Geld oder andere Güter. Insofern stellt der Vertrieb das (vor-)letzte Glied in der betrieblichen Wertschöpfungskette und die Tätigkeit des Verkaufens im Allgemeinen dar.

- Mögliche Arten des Vertriebs
 - Persönliches Verkaufsgespräch
 - Telefonvertrieb
 - Postalischer Vertrieb
 - „Kalter Vertrieb“ vs. „Warmer Vertrieb“

Warum Vertrieb?

- Vertrieb ist eine der wichtigsten operativen und strategischen Aufgaben eines Unternehmens
 - Umsatzwachstum
 - Markterweiterung
 - Konkurrenzverdrängung
- Erfolgreicher Vertrieb benötigt
 - geeignete Konzepte
 - diverse unterstützende Instrumente
 - passende Methoden

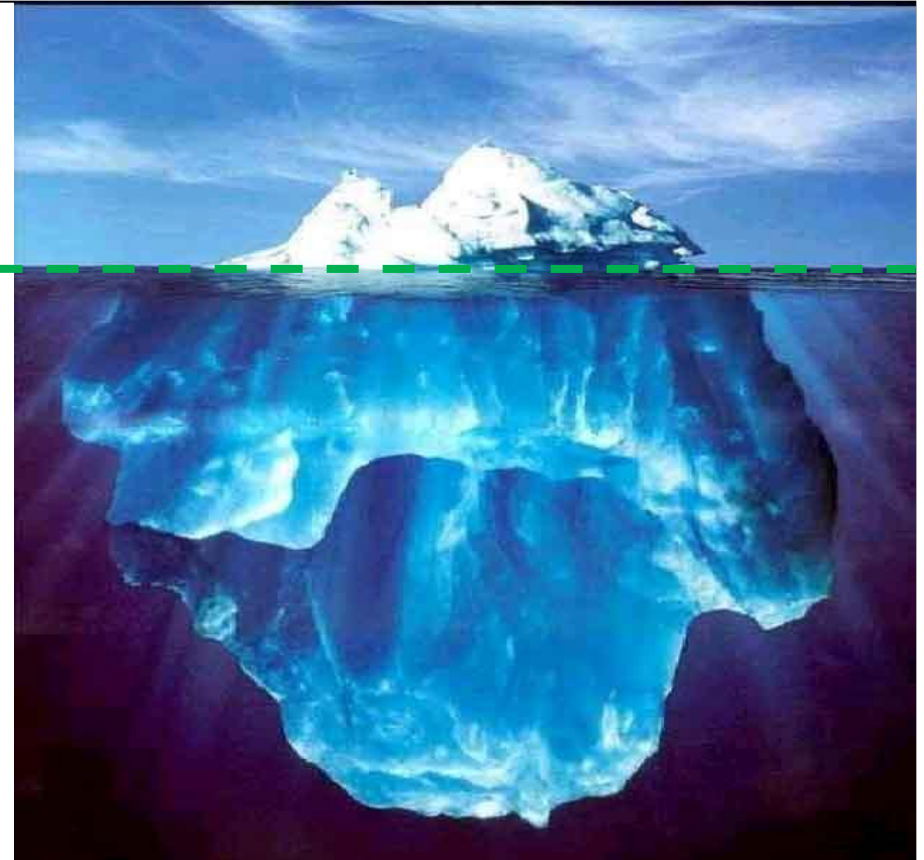
Worauf kommt es an?

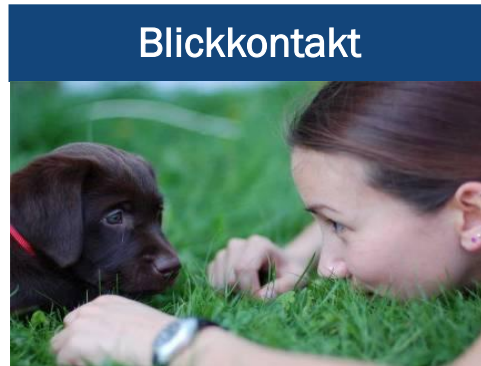
1. Persönlichkeit
 - Motivation & Einstellung
 - Auftreten
 - Fähigkeiten
2. Kompetenzen
 - Handlungen
 - Lösungen
 - Mehrwerte für den Kunden
3. Werte & Prinzipien

Effektive Kommunikation

10-30% : Fakten,
Strategien, Prozesse

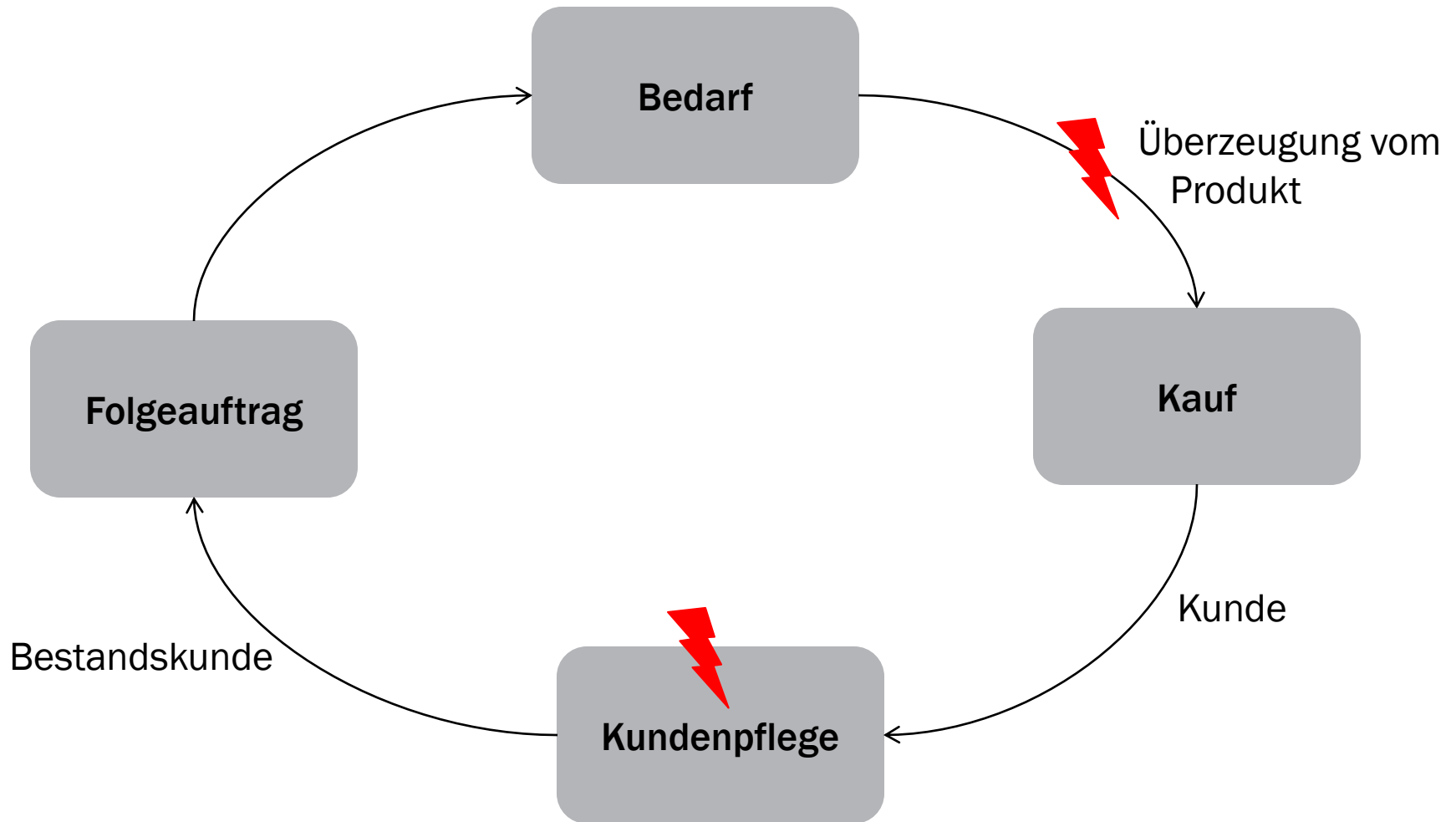
70-90%: Sympathie,
Beziehung, Vertrauen,
Gefühle, Werte





**Erfolgsfaktor
Körpersprache**





Vertrieb

Innovative Marketingideen

Sponsoring/
Werbung



Telefonakquise

Newsletter

CRM-Tool

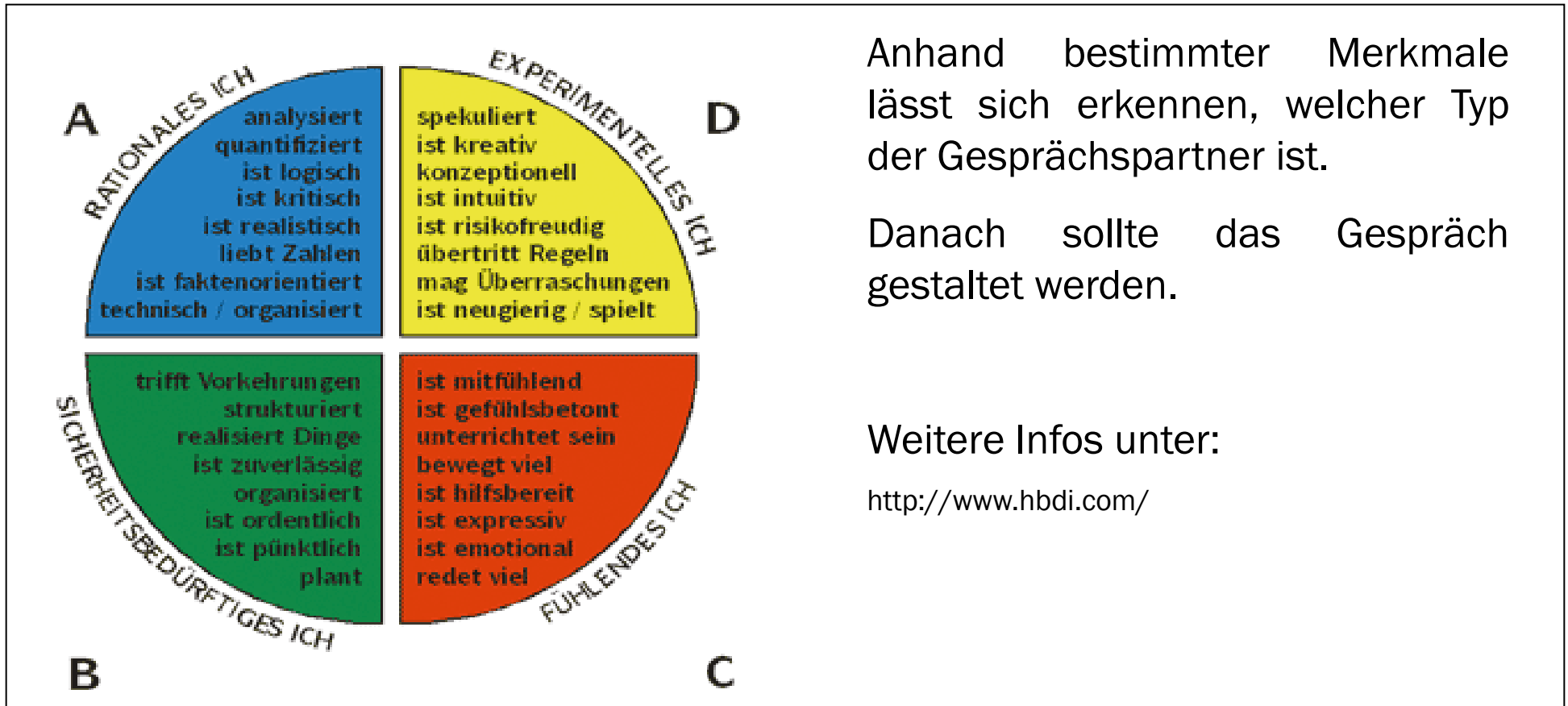
PR-Aktivitäten

Broschüren

Events

Verkäufer

Kategorisierung von Kundentypen nach HBDI



Anhand bestimmter Merkmale lässt sich erkennen, welcher Typ der Gesprächspartner ist.

Danach sollte das Gespräch gestaltet werden.

Weitere Infos unter:

<http://www.hbdi.com/>

- Kurzvorstellung Campus Consult
- Grundlagen Vertrieb
- Kunden gewinnen – Akquise leicht gemacht
- Tipps & Tricks



Anfragen

Angebote

Auftrag



- Vorbereitung – allgemein
 - Welches Produkt möchte ich wie an den Mann/ die Frau bringen?
 - Welches Image meines Unternehmens möchte ich dabei transportieren?
 - Welche Kundengruppe ist dabei für mich relevant?
 - Wie sieht der Markt für das Produkt aus?
 - Gibt es nennenswerte Wettbewerber?
 - Was ist das Alleinstellungsmerkmal meines Produktes/ meiner Dienstleistung?
 - Welche Mehrwerte bietet mein Produkt für den Kunden?
 - Welche Referenzen kann ich aufweisen?
 - Wo liegt meine finanzielle und fachliche Schmerzgrenze?
 - Wie trete ich generell ggü. dem Kunden auf?

- Vorbereitung – kundenspezifisch



- Beschaffung von Informationen über Unternehmen (Homepage, Fachartikel, ...)
- Beschaffung von Informationen über Ansprechpartner (Homepage, Xing,...)
- Gibt es evtl. bereits konkrete, offensichtliche Bedarfe?
- Kann ich aus den Informationen über das Unternehmen Bedarfe ableiten?
- Kann ich Kontakte aus meinem Netzwerk nutzen, um mir Informationen zu beschaffen?
- Benötige ich spezielle Brancheninfos für den Kundentermin?



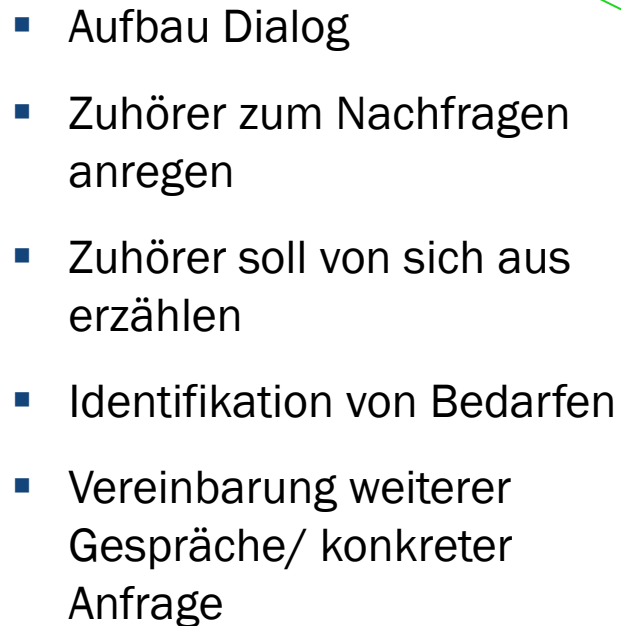
Jedes Akquisegespräch ist unterschiedlich und vorher nicht vollständig zu planen.

Die Aufzugpräsentation

- Die „Aufzugspräsentation“ (engl. elevator pitch) soll beim Gesprächspartner in 30 bis 60 Sekunden so viel Aufmerksamkeit erzeugen, dass dieser mehr erfahren möchte, daher sollte sie:
 1. Aufmerksamkeit erregen
 2. Neugierde wecken
 3. Bildhafte Sprache nutzen
 4. Auf das Wesentliche konzentriert sein
 5. Witzig, aber nicht anstößig sein
 6. Mit Austausch von Visitenkarten enden

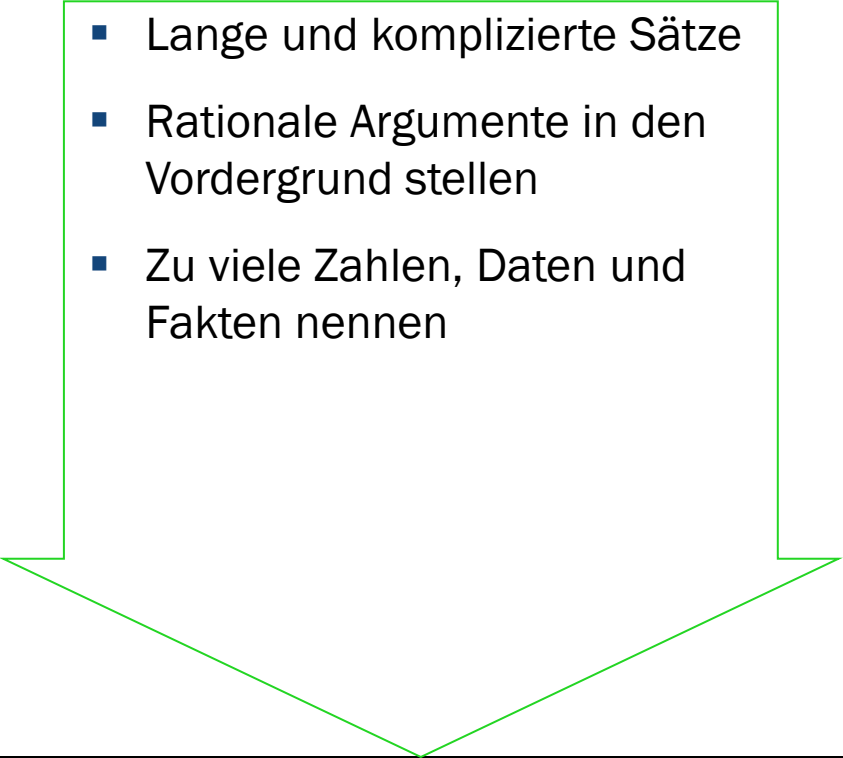


Die Aufzugpräsentation

- 
- Aufbau Dialog
 - Zuhörer zum Nachfragen anregen
 - Zuhörer soll von sich aus erzählen
 - Identifikation von Bedarfen
 - Vereinbarung weiterer Gespräche/ konkreter Anfrage

Der Zweck

Zu vermeiden

- 
- Lange und komplizierte Sätze
 - Rationale Argumente in den Vordergrund stellen
 - Zu viele Zahlen, Daten und Fakten nennen

- Fragen hilft!
 - Verständnisfragen, auch zu technischen Dingen, sind legitim
 - Bessere Einschätzung des Gegenüber möglich
 - Möglichkeit zur konkreten Reaktion auf den Kunden und seine Bedürfnisse
 - Mix aus offenen und geschlossenen Fragen nutzen
 - Klärung von Rahmenbedingungen (Budget, Zeiteinsatz, andere Ressourcen,...)

- Auf den Kunden eingehen
 - Individuellen Mehrwert für den Kunden aufzeigen
 - Vorteile des jeweiligen Produktes herausstellen
 - Bei Ablehnung noch eine weitere wichtige Information nennen
 - Einwände umgehen

Wichtig bei einem persönlichen Termin ist, dass ihr

1. authentisch rüberkommt
2. überzeugt von eurem Unternehmen/ Produkt und der Idee/ dem Konzept seid
3. die Entwicklung des Unternehmens kennt
4. aktuelle Zahlen, Daten, Fakten parat habt
5. diverse Projektbeispiele und/ oder Referenzen „auf Lager“ habt
6. kompetent wirkt
7. selbstbewusst auftritt und euch eurer Sache sicher seid
8. mögliche Gegenargumente entkräften könnt
9. mit einer Vereinbarung über den zukünftigen Kontakt aus dem Gespräch geht.

- Kurzvorstellung Campus Consult
- Grundlagen Vertrieb
- Kunden gewinnen – Akquise leicht gemacht
- Tipps & Tricks

- Warum ist Bestandskundenpflege (CRM) erfolgsversprechender für mein Unternehmen?
 - Kunde kennt Produkt, Unternehmen, Qualität, Ansprechpartner bereits
 - Neukundengewinnung ist teurer (neue Marketingaktivitäten, Telefonakquise etc.)
 - Umsatzwachstum wird eher durch Bestandskunden realisiert
 - Bestandskunden akzeptieren eher neue Konditionen
 - Bestandskundenpflege bedeutet weniger Kosten und Aufwand
 - Up- und Cross-Selling ist einfacher als beim Neukunden
 - Gewinn steigt mit der Dauer der Treue zum Unternehmen



Kontinuierliche Bestandskundenpflege sorgt für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg

- Nicht zu persönlich werden
 - Distanz wahren, aber bei konkreten Themen dann auch auf den Kunden eingehen.
- Akquise mittel- und langfristig betrachten, kurzfristig seltener erfolgreich
 - ⇒ Am Ball bleiben, Erfolg kommt mittelfristig
- Mit Einwänden umgehen können
- Ruhig und sachlich wirken
- Vor dem Gespräch das Ziel überlegen und fixieren
- Evtl. Dienstleister für Kaltakquise beauftragen
- Seriöses Auftreten und Aussehen im Termin
- Geduld haben!



- Kunden regelmäßig kontaktieren
 - Mit neuen Entwicklungen auf den Kunden zugehen
 - Regelmäßig Materialien/ Newsletter zusenden
 - Eine "Geschichte" erzählen
 - Seriöses Erscheinungsbild beachten
 - Aber dabei den Kunden nicht nerven!
- Kunden auf Augenhöhe begegnen
- Nicht jeden Kunden zu jedem Preis bedienen
 - Projekte/ Aufträge auch ablehnen können
- Spaß haben





Daniel Burgos

Geschäftsführung

Campus Consult Projektmanagement GmbH

Technologiepark 13

33100 Paderborn

Telefon: + 49 (0)5251 – 14 80 77 - 0

E-Mail: dburgos@campus-consult.de

Möchten Sie Campus Consult näher kennen lernen?

Weitere Informationen finden Sie auf

www.campus-consult.de

