

## MFB News – Dezember 2008

### Improvisation im Vertrieb kann Ergebnisse vernichten

Unser Vertrieb – ja, das ist eine Sache für sich. So oder so ähnlich die Antwort auf die Frage nach der Einschätzung des Vertriebs. Doch warum ist dies so? Oftmals lässt sich der Vertrieb nicht gerne in die Karten schauen und gibt wenige Informationen preis. Er ist z.T. regelrecht eine Art Black-Box.

Das ist nicht unbedingt effektiv. Doch wie lässt sich dies ändern?

#### Problemfelder in der Vertriebsstruktur

In vielen Fällen ist der Vertrieb **zu sehr event-** und **zu wenig prozessgetrieben**. Eine Veranstaltung jagt die andere, Kontakte, Kontakte und nochmals Kontakte. Dass diese allerdings konsequent nachbearbeitet werden müssen und Quantität nicht vor Qualität geht, wird zu wenig realisiert. Vertriebsarbeit besteht sowohl aus der Gewinnung neuer Kontakte als auch aus einem konsequenten Auf- und Nachbereiten aller vertrieblichen Kontakte. Das eine geht nicht ohne das andere.

Dass zu **Auf- und Nachbereitung** mehr gehört als nur die Erstellung aufwendiger Angebote, wird oft vergessen. Mit einem professionellen Angebotsmanagement wird die Erfolgsquote leicht um 20 bis 25% erhöht - ohne landen viele der aufwendig erstellten Angebote im Papierkorb.

Ebenso findet **konsequentes** und **wirksames Vertriebscontrolling** vielfach nur bedingt statt. Genaue Ursachenforschung, warum aus einem Angebot kein Auftrag wurde, kommt oftmals zu kurz. Dabei kann gerade eine solche Analyse wichtige Erkenntnisse für das weitere vertriebliche Vorgehen bringen. Doch wer legt schon gerne seine Schwachstellen offen, weist auf eigene Fehler hin?

#### Vertriebscontrolling – warum?

Systematische Vertriebsprozesse sind die Grundlage vertrieblicher Erfolge. Je genauer die einzelnen Abläufe innerhalb des Vertriebs geregelt und dokumentiert sind, desto besser lassen sie sich für alle Beteiligten nachvollziehen. So wird schnell deutlich, an welcher Stelle sich welche Verbesserungspotentiale ergeben.

Auf der Grundlage klar geregelter Vertriebsabläufe lassen sich einzelne Aufgaben exakt definieren und Verantwortlichkeiten präzise regeln. Nur solche klaren Regelungen verhindern, dass sich Verantwortlichkeiten mischen oder sich Mitarbeiter hinter anderen verstecken. Der Beitrag jedes Einzelnen wird transparent. Klare Aufgaben bilden zugleich die Basis für die Vereinbarung von Zielen und das Nachhalten der Zielerreichung. Auf der Grundlage gemeinsam erstellter Aktivitätspläne „Wer macht was bis wann?“ lässt sich der jeweilige Status für jeden rasch erkennen.

Transparente, durchgängige Prozesse und ein zuständiger, namentlich bekannter Ansprechpartner sorgen zudem für Kundenzufriedenheit und verstärken die Kundenbindung.

Mithilfe eines qualifizierten Beraters werden Schwachstellen im Vertriebsprozess erkannt und gemeinsam Lösungsansätze erarbeitet, die dabei helfen, sich heute für morgen aufzustellen.

Sprechen Sie mit uns. Frau Monika Frick-Becker berät Sie gerne in einem unverbindlichen Gespräch. Ihre Telefonnummer lautet: 0611 / 3411712.

**MFB Resultants – Wir schaffen Resultate.**

**Kontaktadresse:**

MFB Resultants GmbH  
Luisenplatz 1  
65185 Wiesbaden

Telefon 0611 / 34 11 70

Fax 06 11/ 34 117 22

[kontakt@mfresultants.com](mailto:kontakt@mfresultants.com)

[www.mfresultants.com](http://www.mfresultants.com)