

Trend zum Key-Accounter

Oder wie man sich verkäuferisch dem Bedarf anpassen sollte. Innenansichten eines Personalberaters und Verkaufstrainers, Teil 2

Viele Führungskräfte haben oft keine Vorstellung, was von einem erfolgreichen „Key-Accounter“ erwartet wird. Wir wollen dazu beitragen, hier etwas Licht ins Dunkel zu bringen. In der DIY-Branche haben sich starke „Key-Accounter“-Strukturen entwickelt. Aus Sicht vieler Unternehmen gilt es, diese „Key-Accounter“ auf internationaler aber auch auf regionaler Seite deutlich zu forcieren. Für alle, die sich zum „Key-Accounter“ entwickeln wollen, hier einige sinnvolle Erläuterungen:

1. Was ist ein Produkterklärer? Vereinfacht dargestellt ist das ein Außendienstmitarbeiter, der kritiklos die Produkte und Dienstleistungen seines Unternehmens dem Kunden präsentiert – egal ob der sich dafür interessiert oder nicht. Auf die Idee, den Kunden nach seinen Wünschen zu fragen und sich als „Verkäufer nach innen“ zu verstehen, kommt er nicht. Er liest grundsätzlich kein Branchenmagazin, weder als Print- noch als Onlineversion.

2. Was ist ein Verkäufer? Ein weiterentwickelter Produkterklärer. Er kann, wenn erforderlich, ordentlich Produkte und Dienstleistungen präsentieren. Aber sein Fokus liegt darauf, persönliche Beziehungen aufzubauen und diese zu pflegen. Wenn sich ihm eine neue Verkaufschance eröffnet, kann er richtig

„bissig“ werden und kämpft, bis er den Auftrag bekommt. Für die Problemlösung im Detail fühlt er sich aber meistens nicht mehr zuständig. Manchmal liest er ein Branchenmagazin. Aber meistens nur, wenn ihm seine Firma ein „abgelegtes Exemplar“ überlässt. Manchmal fordert er seine Firma auf, ihn zu einem guten Verkäuferseminar zu schicken. Klare Ziele hat aber auch er nur selten.

3. Was ist ein Key-Accounter? Er vereint die Fähigkeiten eines „Produkterklärers“ und eines „Verkäufers“ in sich und sieht sich eher als Problemlöser im Interesse des Kunden. Er verkauft Kundenwünsche und -ideen vor allem im eigenen Unternehmen. Das kann er aber nur

erfolgreich, wenn er dort über exzellente Kontakte und Beziehungen verfügt. Er pflegt deshalb vor allem gute Kontakte mit dem „Produktmarketing“ und den „Entscheidungsträgern“ im eigenen Unternehmen. Er liest grundsätzlich ein Branchenmagazin, oft sogar die englische Version. Er würde niemals zugeben, dass ihn besonders die Stellenausschreibungen von guten Personalberatern im Branchenmagazin inter-



Ewald W. Schneider

essieren. Denn er ist grundsätzlich an einer weiteren Karriere interessiert.

4. Was ist ein Verkaufsleiter? Häufig vereint er diverse Kompetenzen. Er ist aber meistens nicht international ausgerichtet und verzettelt sich häufig in seinen Funktionen. Vielfach wäre er besser beraten, als „Key-Accounter“ zu arbeiten. Denn als Außendienstleiter, Innendienstleiter, Produktmanager und Mädchen für Alles kann er eigentlich nirgendwo so rich-

im Bilde ist“ und natürlich unsere Website häufig besucht. Ihn interessieren jegliche Veränderungen am Markt. Er nutzt jede erdenkliche Informationsquelle, um frühzeitig hiervon zu erfahren. Hier muss man zwischen den ewig Gestrigen unterscheiden, die gerne zu „Altherrentreffen“ gehen (wie sie bevorzugt von Verbänden angeboten werden), und den modernen Typen, die mit den alten Seilschaften nichts im Sinne haben. Aus deren Sicht wird dort keine Zukunft gemacht.

Fazit: Natürlich haben der „Verkäufer“ und der „Verkaufsleiter“ eine Chance, den Transformationsprozess zum „Key-Accounter“ erfolgreich zu realisieren. Der „Produkterklärer“ braucht sich kaum noch Hoffnungen zu machen, mit einem Blumenstrauß zum 67. Geburtstag aus dem Unternehmen verabschiedet zu werden. Die Chancen eines ehrenhaften Ausscheidens aus dem Berufsleben sind sicher am höchsten, wenn man sich einen guten Namen als „Key-Accounter“ gemacht hat.

www.ewald-w-schneider.de

since 1989
schneider & p.

tig gut sein. Solche Führungskräfte findet man häufig bei kleineren national aufgestellten Lieferanten mit ca. 5 – 20 Mio. € Jahresumsatz, die kaum eine Perspektive beim europäisch aufgestellten Handel haben.

5. Was ist ein Vertriebsleiter? Er ist meistens international ausgerichtet und träumt davon, einmal „Geschäftsführer Vertrieb und Marketing“ zu werden. Das ist der Personenkreis, der meistens „voll