

# Was Sie als Fachplaner über den Vertrieb der Zukunft wissen sollten

Sie als Leser denken bei der Überschrift bestimmt sofort an den Internetvertrieb. Falsch! Der Vertrieb der Zukunft wird zwar auch dort gemacht, aber vor allem im DIREKTEN und PERSÖNLICHEN Kontakt zum Kunden. Heute sind die meisten Fachplaner noch „Neandertaler“ des Kundenkontakts.

**T**rösten Sie sich: Sie sind da in guter Gesellschaft zum „stationären“ Einzelhandel und zum Handwerk. Dort ignoriert man konsequent, dass die zahlungskräftige Kundschaft immer älter werden wird und nur sehr ungern die eigenen vier Wände verlässt. Alle warten auf den Verkäufer, der nach Hause kommt und dort berät. Und alle Händler und Handwerker wundern sich, dass die Geschäfte stagnieren. In Zukunft gilt es, einen wichtigen Trend nicht zu ignorieren: In der Wahrnehmung der Kunden wird es immer wichtiger, ob Ihr Unternehmen einen wertvollen Beitrag in der Gesellschaft leistet, um den Trend zur sozialen Wärme zu erfüllen.

Ein reiner Produkt- bzw. Dienstleistungsverkauf wird künftig zu wenig sein. „Greening-up“ ist hier das Schlagwort der Zukunft. „Greening-up“ wird ein „must-have“ Standard – „Nice-to-have“ wird da nicht mehr ausreichen. Für Fachplanerbetriebe heißt das konkret: Hinwendung zu allem, was der Umwelt gut tut und was den Kunden emotional anspricht. Das Empfehlen von Gas-Brennwerttechnik wird da überhaupt nicht mehr in den Trend passen.

Fachplaner haben leider nur selten einen echten Frontverkäufer „vor Ort“, der es schafft, über Emotionen verkäuferische Erfolge zu erzielen. Die alleinige Aufgabe eines abschlussstarken Verkäufers sind die Neukundenakquisition und eine sehr hohe Abschlussquote von ca. 50 %, also fünf Aufträge bei zehn Kontakten. Der Vertriebsingenieur arbeitet in Zukunft mit einem Zielerreichungsvertrag von 60 bis 150 %. 150 % müssen realistisch erreichbar sein. Ich bezeichne das auch als „Flatrate-Vertrieb“, weil die finanziellen Belastungen für den Arbeitgeber bei Misserfolg des Vertriebsingenieurs kalkulierbar bleiben.

## Der Kunde 65+ hat das Geld

So direkt, wie die erfolgreiche Industrie den Weg zu Ihnen als Fachplaner sucht, so direkt sollten auch Sie im Umgang mit Ihren Kunden denken und handeln. Jeder,

der einmal ein gutes Verkäuferseminar besucht hat, lernt, wie die Grundformel für erfolgreiches Verkaufen lautet: **Erfüllen Sie die Wünsche Ihrer Kunden möglichst auf direktem Wege und schalten Sie alle Vertriebsbremsen aus.**

Oder nehmen wir die wichtige **Zielgruppe 65+**: Hier locken milliardenschwere Aufträge schon heute, nur keiner holt sie ab. Alle erwarten, dass sich der Kunde 65+ meldet oder dass er in die „stationäre“ Ausstellung kommt. Hier ist der Handwerker genauso schwach wie die Fachplaner. Alle warten, dass der potenzielle Kunde 65+ vorbeikommt und einen Bedarf anmeldet – tut der aber nicht. Selbst sündhaft teure Werbung bringt den wichtigen Kunden 65+ nicht dazu, sein Haus zu verlassen und sich zu outen, dass er einen Sanierungsbedarf hat. Der Kunde 65+ erwartet, dass der Verkäufer zu ihm ins Haus kommt und nicht umgekehrt. Also liebe Fachplaner: Lernen Sie auf diese sehr wichtige Zielgruppe Kunde 65+ „aktiv“ zuzugehen.

**Die Gewinner der Zukunft werden all die Unternehmen sein, die es verstehen, auf den zahlungskräftigen Kunden der wichtigen Zielgruppe Kunde 65+ „aktiv“ zuzugehen und die „Greening-up“ zum „must-have“ Standard erklären und auch leben; also die Hinwendung zu allem, was der Umwelt gut tut und was den Kunden emotional anspricht.**

Um die **Zielgruppe 65+** richtig verstehen zu können, sollten Sie einmal in einen vom Hentschel-Institut für Senioren-Marketing bereits 1994 erfundenen Age-Explorer-Anzug schlüpfen. Mit diesem speziellen Anzug lässt sich fast perfekt simulieren, wie 70- bis 80-jährige ihren schwierigen Alltag erleben: Ihre Gelenke werden sich dann steif anfühlen. Arme und Beine werden Sie nur mühsam bewegen können. Ihre Finger werden kribbeln. Das Sehen wird Ihnen schwer fallen. Alles wird in diffuses Licht getaucht und unscharf sein. Farben werden Sie kaum noch unterscheiden können. Verkehrslärm, Stimmen und Musik dringen nur noch als dunkler Mix an Ihr

Ohr. Begeben Sie sich für ca. eine halbe Stunde auf Zeitreise. Bereits 12.000 Testpersonen haben diesen Age-Simulator ausprobiert. Hiermit können Sie sich in die Lage der Zielgruppe 65+ hineinversetzen. Danach fällt es Ihnen leichter, dieser Zielgruppe etwas zu verkaufen, weil Ihr Verständnis für deren Situation klarer geworden ist.

## Nur noch zum Schrauben verurteilt?

Ich wage die Prognose, dass in Zukunft intelligente Direktvertriebsunternehmen auch den riesigen Markt der Vollsanierung des Bads und die regenerative Sanierung von Häusern auf bundesweiter Ebene angehen werden. Der einfache Handwerksbetrieb wird dann maximal noch als „Schrauber“ gebraucht. Produkte werden für den Erfolg keine Rolle spielen.

**Was allein entscheiden wird, ist der emotionale Kontakt, den der Verkäufer zu seinem Kunden hat und der Beitrag, den das Unternehmen zum Schutz unserer Umwelt leistet.**

So etwas können wohl nur branchenfremde Direktvertriebssysteme lösen, die alle Branchen- und Produktfesseln ablegen werden und ausschließlich über Emotionen verkaufen.

Heute wird die Fachplanerbranche vom Kunden (noch) nicht als trendiger Dienstleister wahrgenommen, sondern eher als ein notwendiges Übel. Und wir alle warten weiter auf DEN Verkäufer, der einfach nur zu uns kommt und fragt: „Was WOLLEN Sie Herr Kunde?“ oder „Wie kann ich Ihnen helfen Herr Kunde?“ Und der dann natürlich unsere Wünsche erfüllt, ohne zu diskutieren.

## Fazit

Der Fachplaner hat kaum eine Chance, die von unserem Staat hochgetriebenen Lohnnebenkosten zu beeinflussen. Folglich kann er mit seiner Arbeitsleistung nur dann noch Geld verdienen, wenn er dem Kunden echte Mehrwerte seiner Dienstleistung bietet. Also eine Hinwendung zu allem, was der Umwelt gut tut und was den Kunden emotional anspricht. Auf unseren Seminaren lernen Sie, wie Sie wirtschaftlich erfolgreicher agieren können.



### Der Autor

Ewald W. Schneider  
Ewald W. Schneider  
und Partner  
Verkaufstraining,  
Vertriebsberatung,  
Personalberatung,  
Bad Bederkesa  
www.  
ewald-w-schneider.de