

Alternative und erfolgreiche Vertriebswege

Erfolgreiche Abschlusstechniken – Teil 16 einer praxisnahen Ratgeberreihe zum Thema Verkäuferkompetenz in Bau- und Gartenmärkten

Froh können Lieferanten sein, die traditionell neben dem Baumarkt Alternativen wie den Fachhandel haben. Glückliche sind die, denen neben der Listung auch ein fester Regalplatz im Großhandel gehört. Gepriesen die Lieferanten, die bei vielen Großhändlern und Baumarktbetreibern gelistet sind. Gut auch, wer sich vom Halbsortimenter zum Vollsortimenter entwickeln konnte. Glück für die Lieferanten, die sich schon seit langer Zeit von starren und (meist) unflexiblen Handelsagenturen trennen konnten und mit angestellten Außendienstmitarbeitern arbeiten. Und wenn dann auch noch die „Verweildauer“ beim Kunden stimmt – um so besser.

Viele Lieferanten denken nicht nur aus diesen Gründen über alternative Vertriebswege nach, um das Absatzgeschäft auch in schweren Zeiten gegen allzu starke Schwankungen abzusichern. Doch nur die wenigsten verfügen über die Erfahrung und Kompetenz, um einen wirklich attraktiven und interessanten neuen Weg zu bestreiten: den Direktvertrieb an Kunden „ohne Listung“. Davon gibt es mehr, als viele glauben, und es werden in Zukunft wieder mehr. Sei es der selbstbewusste und er-

tragreiche Fachhändler, der seine Entscheidungsfreiheit behalten will, der Verarbeiter von technischen Produkten oder in bestimmten Fällen auch der Endverbraucher. Sie alle warten auf den Direktvertrieb. Nicht nur, weil sie sich die Kopfkonditionen selber gönnen wollen. Es gibt viele gute Gründe dafür.

Dazu muss jedoch eine leistungsstarke Logistik, ein starkes „konsumiges“ Sortiment, und damit verbunden viel Produktinnovation geschaffen werden (das kann der erfolgreiche Baumarktlieferant ganz ausgezeichnet). Voraussetzung dafür ist ein Disposervice, der auch mit kleineren Bestellmengen und kurzer Verweildauer beim Kunden klar kommt, sowie mit einem flächendeckenden Außendienst, der deutlich umfassender ist als der heutige „Baumarktaußendienst“. Notwendig sind Disponenten, die Verkaufen und Akquirieren wollen und können und auch bereit sind, sich daran messen zu lassen. Zusammenfassend kann man sagen: „Herr Kaiser“ im Nadelstreifenanzug ist out – es lebe „Herr Kaiser“ im Blaumann. Also Verkäufer und Service in einer Person (Beispiel: Eismann). Dazu gehört aber auch ein „aktives“ Telemarketing und E-Commerce vom Allerfeinsten.

Die Zeiten sind gut für den Aufbau leistungsfähiger Direktvertriebsstrukturen. Nur, wer soll das in den Unternehmen machen? Wo doch alles seit Jahren auf die Großfläche und das alles entscheidende Jahresgespräch ausgerichtet ist. Der Baumarkthandel hat hervorragende Einkäufer und meist noch bessere Key-Accounter auf Industrieseite hervorgebracht, aber wo sind die akquirierenden Verkäufer? Keiner beschäftigt sich ernsthaft mit den Wünschen des Kunden, keiner denkt intensiv über das Verkaufen am POS nach. Alle versuchen, ihr Geld anders zu verdienen (paradoxiertweise mittlerweile beim Lieferanten). Schöne Reden über „Kundenorientierung“, „Lieferantenorientierung“ und manchmal auch „Mitarbeiterorientierung“ werden leider nicht nur auf Verbandstagen gehalten. □

Verkäuferkompetenz 16

Dies ist Teil 16 einer umfassenden praxisnahen DIY-Ratgeberreihe für Verkäufer. Im nächsten Heft informieren wir zum Thema „Die Zeit für alternative Vertriebswege ist reif – 2. Teil“.

Autor dieses Artikels ist der langjährige Verkaufstrainer

Ewald W. Schneider
27624 Bad Bederkesa
Tel.: 04745/6319
www.ewald-w-schneider.de

Das Praktikum als Karrierepusher

Frisch von der Uni, träumen viele Absolventen von einem idealen Arbeitsplatz. Doch auch den vielen Arbeitssuchenden geht es nicht anders. Ein Praktikum zeige, so der Internetjobvermittler Jobscout, nicht nur Arbeitnehmern, sondern auch Arbeitgebern, ob die Chemie untereinander stimmt. Schließlich sei gute Zusammenarbeit der Grundstein für beruflichen Erfolg.

Praktikumsplätze könne jeder einfach und bequem in Praktikumbörsen im Internet suchen. Oft sind auch Initiativbewerbungen erfolgreich. Hilfreich sei auch das berühmte Vitamin B. Denn eine Empfehlung wirkt bis heute noch Wunder.

Bei der Suche nach einem geeigneten Unternehmen für das Praktikum sollten nicht nur die großen Unternehmen in Betracht gezogen werden. Bei kleineren Betrieben besteht häufig die größere Chance schon während des Praktikums auch mal Verantwortung zu übernehmen. So kann der Praktikant schon früh wertvolle Erfahrung sammeln. Außerdem erhält man in kleinen Betrieben meist einen breiteren Überblick. Mitarbeiter müssen eher mal fachübergreifend anpacken.