



Vertriebsnachrichten Autoren

Nachrichten Navigator News Spezial Vertriebstipp der Woche Meisterklasse | Von den Besten das Wichtigste Praxiswissen komprimiert Zeitvertrieb Life Guide

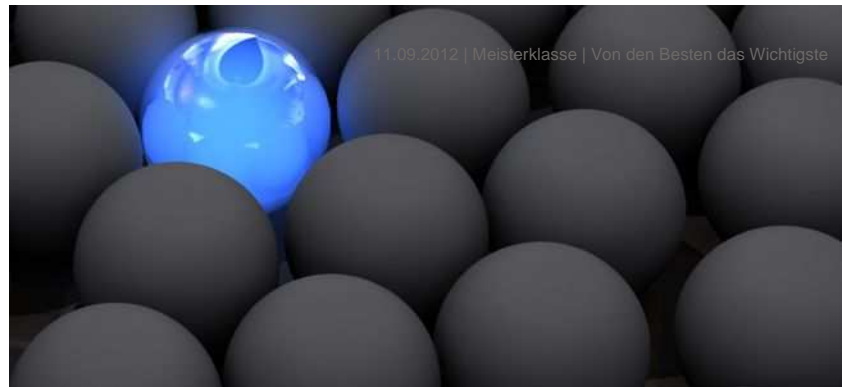
Der Autor



Jürgen Frey
Standard
<http://http://www.highway-to-sell.de/>

Weitere Artikel des Autors

Einzigartigkeit zieht Menschen an | Auch Ihre Kunden!



11.09.2012 | Meisterklasse | Von den Besten das Wichtigste

Einzigartigkeit zieht Menschen an | Auch Ihre Kunden!

Like New

Die Riester-Rente: Aus Ihrer Sicht den Kunden zu empfehlen?

- Ja, ist eine funktionierende Geldanlage
- Nein, zu wenig Rendite... und das Alter
- Jein, es kommt wirklich auf den Einzelfall an

Jetzt abstimmen!

In der Managementliteratur werden Sie immer wieder lesen, dass charismatische Marken wie Apple, Harley-Davidson oder Tommy Hilfiger den Erfolg ihrer Einzigartigkeit und Unverwechselbarkeit verdanken. Und das stimmt auch. In kleinen und mittelständischen Unternehmen wird diese Tatsache nach meiner Erfahrung oft achselzuckend registriert. Ein charismatisches Unternehmen zu werden, traut man sich vielerorts nicht zu. Oder es herrscht der Glaubenssatz: Das hat mit der großen weiten Welt zu tun, aber nichts mit uns hier in Göppingen oder Neumünster. Doch das ist ein Irrtum. So wie jeder Mensch ein unverwechselbares Individuum ist, so hat auch jedes Unternehmen das Potenzial, ein einzigartiges Image aufzubauen.

Alle im Unternehmen sind Verkäufer

Auch wenn Sie im Vergleich zu Apple ein kleiner Fisch sind, heißt das nicht, dass Sie sich verstecken müssen. Konsumenten entscheiden immer mehr danach, ob die Wertebasis des Anbieters zur eigenen passt. Wir wollen dort kaufen, wo wir ein gutes Gefühl haben. Wie bei Freunden – da wissen wir, dass wir uns und ihnen etwas Gutes tun. Wichtig ist dabei, dass sich das gesamte Unternehmen als Verkäufer versteht, nicht nur die Vertriebsmitarbeiter. Denn bei den erfolgreichsten Unternehmen haben auch die meisten Mitarbeiter regelmäßig direkten Kundenkontakt. Hierarchien behindern die Mitarbeiter nicht mehr, sich direkt mit Kunden in Verbindung zu setzen. Wer Chancen entdeckt, potenzielle Kunden für das Angebot des Unternehmens zu interessieren, der nutzt diese, ohne erst eine Genehmigung „von oben“ einzuholen. Vertriebsleiter und Verkäufer freuen sich, wenn auch andere Mitarbeiter Aufträge hereinholen, und sehen das nicht als Konkurrenzsituation. Die Kunden belohnen die Leistungen des Unternehmens dadurch, dass sie das Angebot weiterempfehlen und dadurch selbst zu „Verkäufern“ werden.

Praxistipps für Ihren Erfolg

- Sorgen Sie dafür, dass alle Mitarbeiter im Unternehmen sich auch als Verkäufer verstehen. Machen Sie Ihren Mitarbeitern klar, dass jeder von ihnen Einfluss auf die Kunden und damit auf die Auftragslage hat.
- Schulen Sie Ihre Mitarbeiter, Potenzial für Aufträge zu erkennen und zu nutzen. Dazu gehört auch, mit Kunden geschickt kommunizieren zu können.
- Machen Sie Ihren Kunden deutlich, wie wichtig Ihnen Weiterempfehlungen sind. Bedanken Sie sich bei jedem Kunden, der Sie weiterempfohlen hat.
- Prüfen Sie, ob eine Aktion »Kunden werben Kunden« zu Ihrem Unternehmen passt. Laden Sie Kunden, die Sie immer wieder empfehlen, in Ihr Unternehmen ein oder machen Sie diese zu Mitgliedern eines Kundenbeirats.

<- Zurück zu: Vertriebsnachrichten



Multimedia