**Hurah, ein Verkäufer**

**Es herrscht allerorts große Begeisterung, wenn ein Unternehmen eine Größe erreicht hat, dass der erste Verkäufer eingestellt werden kann. Endlich ist man diese ungeliebte Arbeit des Verkaufens los, endlich kann man sich wieder ganz und 100% seinem eigentlichen Fachgebiet widmen. Endlich wieder kann man sich ganz auf die Herstellung oder den Einbau des Produktes konzentrieren, das man anbietet und das der eigentliche Grund für die Existenz des Unternehmen ist.**
**Denn die meisten Unternehmen werden aus einer Produkt- oder Dienstleistungsidee heraus gegründet, nicht aus einer verkäuferischen Idee. Und dann hat man den ersten Verkäufer und er macht natürlich nur dummes Zeug. Ist es die falsche Person, das falsche Produkt oder die falsche Firma?**

**Grundausrichtungen sind der Schlüssel**

Oft liegt die Lösung in der Kombination von Person, Produkt und Kundenklientel. Natürlich gibt es auch Personen, die für den Verkauf ungeeignet sind, die zumeist in diese Rolle im Rahmen von Umstrukturierung gedrängt worden sind. Da liegt die Schuld aber beim Chef und nicht beim Mitarbeiter. Viele Menschen interessieren sich aber auch für den Beruf des Verkäufers, weil sie Freude an diesem Aufgabengebiet haben. Wenn es dann nicht klappt, liegt dies zumeist an der Grundausrichtung eines Menschen.
Menschen sind in allen Berufsbildern entweder vorrangig innovativ, konzeptionell oder kommunikativ ausgerichtet. Wenn ihre Fähigkeiten ihren Ausrichtungen entsprechend eingesetzt werden können, haben sie den größten Erfolg. Ein innovativer Forscher z.B. wird sich auf vollkommen neue Dinge konzentrieren. Ein konzeptioneller wird eher mit der praktischen Umsetzung von Forschungsvorhaben betraut sein und ein kommunikativer Forscher schafft es, in uns Vertrauen für seine Vorhaben zu wecken. Diese grundsätzlichen Ausrichtungen sind natürlich auch bei Verkäufern zu finden.

Helmut König, KÖNIGSKONZEPT
35516 Münzenberg, Mittelstr. 19
Tel. 0172 9201709, Festnetz 06033 746634
Fax 0721 151 430 712
Ust. Identnr. DE 239566670
Helmut-koenig@koenigskonzept.de
www.koenigskonzept.de

**Der innovative Verkäufer**

ist eine Frau oder ein Mann, die ihre Blicke auf die Zukunft ausgerichtet haben. Hier geht der Focus auf Produkte, die morgen oder übermorgen den Umsatz des Unternehmens sichern werden. Für diesen Typ ist das Tagesgeschäft eher von mäßigem Interesse. Gespräche mit Kunden, die nicht wie er eingestellt sind, sind ihm ein Graus. Wenn man einen solchen Verkäufer auf die normale Kundschaft loslässt, kann man schnell Kunden verlieren. Wenn man ihn mit innovativen Kunden zusammenbringt, entstehen Seelenverwandtschaften und neue Märkte. Er ist gut geeignet für spezielle Kunden und im strategischen Vertrieb eingesetzt zu werden. Die Wirtschaft hat aus allen Berufsbildern Menschen dieses Typs freigesetzt, weil sie scheinbar unproduktiv sind.
Heute merken Unternehmen, was sie dadurch verloren haben, mittlerweile werden sogar Weiterbildungsmaßnahmen zum Innovationsmanager angeboten. Aber innovativ zu sein, ist weniger eine Frage der Ausbildung als mehr eine Frage des Typs.

**Konzeptionelle Verkäufer**

Hier steht der Macher des Vertriebs. Macher heißen so, weil sie eine Aufgabe übernehmen und sie umsetzten. Ihre Konzentration ist im Schwerpunkt auf dieses Ziel ausgerichtet. Macher sind oft auch kreativ, aber die Kreativität konzentriert sich auf die jeweilige Aufgabe und geht nicht wie beim innovativen Verkäufer in den freien Raum. Macher planen Verkaufsaktivitäten, im werblichen wie im verkäuferischen Bereich. Dazu entwickelten sie Konzepte mit aufeinander abgestimmten Aktivitäten und setzten sie um.
Ein Unternehmen kann so viele konzeptionelle Verkäufer vertragen, wie es unterschiedliche Aufgaben hat. Mehrer Macher sind gut, um unterschiedliche Konzepte für die gleiche Aufgabe vorgestellt zu bekommen. Mehrere Macher, die das gleiche Konzept umsetzten sollen, behindern sich gegenseitig. Diese konzeptionellen Verkäufer sind dann gut, wenn sie ihre Kunden durch Vertriebsberatung und direkte Unterstützung beim Verkauf der Produkte unterstützen sollen. Dann entwickelt der Macher zusammen mit seinem Kunden Vertriebskonzepte, wie dieser seine Absatzaktivitäten optimieren kann. Davon profitieren beide.

Helmut König, KÖNIGSKONZEPT
35516 Münzenberg, Mittelstr. 19
Tel. 0172 9201709, Festnetz 06033 746634
Fax 0721 151 430 712
Ust. Identnr. DE 239566670
Helmut-koenig@koenigskonzept.de
www.koenigskonzept.de

**Der kommunikative Verkäufer**

Eigentlich kann er gar nichts, oder nichts direkt Messbares. Er ist die Seele im Verkauf. Er kann eine Atmosphäre von Vertrauen aufbauen, wodurch ein Kunde in die Lage versetzt wird, ja zu sagen. Er ist der beliebte und gefürchtete unter den Verkäufern. Beliebt, weil er Aufträge ohne Fragen, ohne Argumente, ohne Preisnachlässe bringt, einfach aus seiner Person heraus. Auch mit der häufigen Gefahr, dass der Kunde hinterher mit dem Kauf unzufrieden ist, weil er unüberlegt gekauft hat. Gefürchtet, weil der schlechte Ruf des Verkäufers aus diesem Segment kommt. Nirgends ist es so einfach, mit krimineller Energie schnell viel Geld zu verdienen, als im kommunikativen Verkauf.
Menschen, die von einem Verkäufer über's Ohr gehauen worden sind, hatten immer mit kommunikativen Verkäufern zu tun. Aber hier tut man den vielen ehrlichen Verkäufern Unrecht, denn über sie wird nicht gesprochen und sie handeln nach bestem Wissen und Gewissen. Grundsätzlich ist ein kommunikativer Verkäufer immer stärker, je besser er geführt wird. Führung und Kontrolle sind hier besonders wichtig, auch bei der Kontrolle bereits erteilter Aufträge.
Anwendungstechniker, die Versprechen von kommunikativen Verkäufern ausbaden müssen, können hier ein Lied von singen.

**Der Präsenter**

Eine Variante des kommunikativen Verkäufers ist der Präsenter. Der Präsenter verkauft nicht, er präsentiert nur. Ein typisches Beispiel hierfür ist ein Pharmareferent oder der Fachberater der Industrie. Beide arbeiten oft im indirekten Verkauf, indem sie beim Arzt oder bei planenden Stellen Interesse oder Bedarf für ein Produkt oder eine Anwendung wecken. Der Verkauf läuft dann immer über andere Absatzkanäle.
Der Präsenter hat ein ganz spezielles tiefgehendes Wissen aus einem ganz speziellen Bereich seines Einsatzgebietes. Auch wenn ein Arzt z.B. über seinen gesamten Bereich mehr weiß, so ist der Pharmareferent über seine spezielle Lösung oder Anwendung tiefer und genauer informiert. Er muss dabei aber

Helmut König, KÖNIGSKONZEPT
35516 Münzenberg, Mittelstr. 19
Tel. 0172 9201709, Festnetz 06033 746634
Fax 0721 151 430 712
Ust. Identnr. DE 239566670
Helmut-koenig@koenigskonzept.de
www.koenigskonzept.de

nicht nur Fachwissen vermitteln, sondern auch Vertrauen zu sich und damit zu diesem Fachwissen aufbauen.

**Wer ist der Richtige**

Grundsätzlich ist es also nicht von entscheidender Bedeutung, ob man einen Verkäufer hat, sondern welche Zielgruppe von Kunden man hat und welchen Verkäufertyp man dafür braucht. Natürlich haben alle Typen wie auch in allen anderen Berufszweigen etwas aus allen Ausprägungen. Man kann im Einstellungsgespräch aber leicht feststellen, welchen Schwerpunkt-Typ man vor sich hat. Innovative eignen sich eher für Zukunftsgeschäfte oder innovative Kundenklientel, konzeptionelle eher für die kurz- und mittelfristigen Unternehmensziele, kommunikative fürs direkte Geschäft und für die Kundenbindung.
Die Eigenschaften, die der neue Verkäufer nicht abdecken kann, bleiben in der Hand des Unternehmers. Und wer glaubt, durch einen neuen Verkäufer brauche er sich nicht mehr um diesen Bereich seines Unternehmens zu kümmern, wird schnell von der Realität eingeholt. Aber dann ist natürlich der Verkäufer schuld, wer sonst.

Helmut König, KÖNIGSKONZEPT
35516 Münzenberg, Mittelstr. 19
Tel. 0172 9201709, Festnetz 06033 746634
Fax 0721 151 430 712
Ust. Identnr. DE 239566670
Helmut-koenig@koenigskonzept.de
www.koenigskonzept.de