

# Die Komponenten eines erfolgreichen Vertriebes



Dieter Richter  
Geschäftsführer



## Die Komponenten eines erfolgreichen Vertriebes:

- Das Produkt / die Dienstleistung
- Der Markt
- Der Wettbewerb
- Das Marketing
- Das Vertriebsteam

# Das Produkt / die Dienstleistung

- Muss klare **USP's** haben
  - Ohne USP's bleibt nur noch der Preis!
- Muss einen **Nutzen** für den Kunden darstellen
  - Kunden kaufen keine Technologie, Features..sie kaufen Nutzen
- Muss eine **eindeutige Zielgruppe** bedienen
  - Haben Sie keine Angst vor dem Begriff „Nische“
- Muss „**preiswert**“ sein
- Die Nutzung für den Kunden sollte **einfach** möglich sein (keine Hürden aufbauen!)
  - Einfaches Preismodell, notwendige Komponenten im Paket mit anbieten

# Das Produkt / die Dienstleistung: konkretes Beispiel

- SunGard Forbatec mit Fondsbuchhaltungssoftware:
  - Komplettlösung für die Buchhaltung
  - Wird von Bankern entwickelt - fachlich top
  - Durch Miete extrem preiswert
  - Zielkunden eindeutig identifizierbar (120 Kapitalanlagegesellschaften, ca. 20 Depotbanken)
  - Alle erforderlichen Komponenten werden mitgeliefert (auf Wunsch sogar die Hardware)

# Der Markt

- Muss eindeutig identifizierbar sein
- Konzentrieren Sie sich auf eine „Nische“ und gehen Sie dort massiv rein
- Muss ausreichend groß genug sein
- Sollte möglichst wenig Mitbewerber beinhalten
- Sollte sich im Wachstum befinden
- Die Marktteilnehmer stehen idealer Weise in hartem Wettbewerb untereinander, d. h. Ihr Produkt hilft dem Kunden
- Denken Sie aus Kundensicht, nicht aus Anbietersicht

# Der Wettbewerb

- Studieren sie ihn genau
- Finden sie heraus, worauf sein Erfolg/  
Misserfolg beruht
- Positionieren sie ihre Stärken da, wo er  
Schwächen hat
  - Nutzenorientierte Funktionen, Preismodelle,  
Service (7x24 vielleicht?), Zusatzangebote
- Seien sie auch dort stark, wo er stark ist
- Aber: keine Panik, alle kochen nur mit  
Wasser

# Das Marketing

- Muss sein!
- Achten sie auf ein einheitliches CI
- Stellen Sie den Nutzen für den Kunden in den Vordergrund - und nicht ihre Technik
  - Das gilt für alle Medien (Broschüren, Flyer, Web-Auftritt, Präsentationen)
- Seien sie dort, wo auch der Kunde ist
  - Messen, Verbände, Publikationen
- Haben Sie Geduld - Marketing ist keine kurzfristige Angelegenheit

# Das Vertriebsteam

- Ist ihr direkter Draht zum Kunden/Markt
- Muss die Sprache der Kunden sprechen
  - Aber: Fachwissen kann man erlernen - die notwendige Extrovertiertheit ist angeboren
- Muss sich für das Produkt/die Dienstleistung begeistern können
- Muss Rückschläge verkraften können
- Wählen Sie den richtigen Typ für die richtige Aufgabe:
  - „Hunter“ für Neukunden
  - „Farmer“ für Bestandskunden
- Muss nach der Formel arbeiten:  
***Vertrieb ist 80% harte Arbeit und 20% Fortune***

# Und wann dürfen wir Ihnen helfen?

Sprechen Sie uns an - hier und heute

Oder per Mail an: [dieter.richter@pcgnet.de](mailto:dieter.richter@pcgnet.de)

Oder per Telefon: 0771 / 89 68 954



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit  
und viel Erfolg auf unserem  
Erfolgstag!**

Performance Consulting GmbH  
Sennhofstrasse 5  
78183 Hüfingen  
Tel.: 0771/8968954  
Fax.: 0771/8975298  
Mail: [info@pcgnet.de](mailto:info@pcgnet.de)  
Internet: [www.pcgnet.de](http://www.pcgnet.de)