



Vertrieb: 20 Prozent schneller wachsen

Veröffentlicht am 03 Januar 2025

Ford, Apple, Coca-Cola – ohne den Vertrieb wären diese Wirtschaftsgiganten nicht das, was sie heute sind. Schließlich ist das Verkaufen nicht umsonst auch als »Motor der Wirtschaft« bekannt, wie Tobias Bobka betont. Doch welche Voraussetzungen braucht es eigentlich, um sich in dieser hart umkämpften Branche einen Namen zu machen? Und gibt es den vielzitierten »geborenen Verkäufer« wirklich? In diesem Interview gibt der Experte spannende Einblicke in die Zukunft des Vertriebs und räumt mit bekannten Mythen auf.

Herr Bobka, »Nichts passiert, bis jemand etwas verkauft«, soll Peter Drucker gesagt haben. Wie stehen Sie zu dieser Aussage? Wie relevant ist der Vertrieb für die deutsche Wirtschaft?

Peter Druckers Aussage bringt es prägnant auf den Punkt: Der Vertrieb ist der Motor eines jeden Unternehmens und somit auch der gesamten Wirtschaft. Ohne erfolgreichen Vertrieb bleiben Innovationen, Produkte und Dienstleistungen wertlos. In der deutschen Wirtschaft, die stark vom Mittelstand und exportorientierten Unternehmen geprägt ist, spielt der Vertrieb eine besonders kritische Rolle.

Studien zeigen, dass Unternehmen mit einem starken Vertrieb im Durchschnitt um 20 Prozent schneller wachsen als ihre Wettbewerber. Interessanterweise korreliert die Effizienz des Vertriebs direkt mit der Innovationskraft eines Unternehmens. Ein effektiver Vertrieb schafft nicht nur Umsatz, sondern liefert auch wertvolles Feedback vom Markt, das in die Produktentwicklung einfließt.

Als Berater und Sparringspartner vieler Geschäftsführer und Unternehmer im Mittelstand bieten Sie für deren Vertriebsteams maßgeschneiderte Trainings an. Wodurch unterscheidet sich das Verkaufen im B2B- von dem im B2C-Bereich?

Der B2B-Vertrieb unterscheidet sich fundamental vom B2C-Vertrieb. Im B2B-Bereich haben wir es oft mit komplexeren Entscheidungsprozessen, längeren Verkaufszyklen und höheren Transaktionswerten zu tun. Ein wesentlicher Unterschied liegt in der Beziehungsebene: Während im B2C-Bereich oft einmalige Transaktionen stattfinden, geht es im B2B-Vertrieb um den Aufbau langfristiger Partnerschaften.

Ein faszinierender Aspekt ist die Rolle der Emotionen im B2B-Vertrieb. Entgegen der landläufigen Meinung spielen Emotionen hier eine ebenso große Rolle wie im B2C-Bereich, allerdings auf einer subtileren Ebene.

Neurowissenschaftliche Studien zeigen, dass bis zu 95 Prozent der Kaufentscheidungen im Unterbewusstsein getroffen werden – auch im B2B-Kontext. Daher ist es entscheidend, dass Vertriebsmitarbeiter nicht nur fachlich kompetent sind, sondern auch emotionale Intelligenz und ein tiefes Verständnis für die Bedürfnisse und Herausforderungen ihrer Kunden entwickeln.

Gibt es eigentlich den »geborenen Verkäufer«? Welche Eigenschaften bringt er typischerweise mit?

Die Idee des »geborenen Verkäufers« ist ein weit verbreiteter Mythos, der wissenschaftlich nicht haltbar ist. Erfolgreiche Vertriebsmitarbeiter zeichnen sich durch eine Kombination aus erlernbaren Fähigkeiten und bestimmten Persönlichkeitsmerkmalen aus. Studien im Bereich der Verkaufspsychologie haben gezeigt, dass Eigenschaften wie Empathie, Resilienz, Selbstmotivation und analytisches Denken stark mit dem Vertriebs Erfolg korrelieren.

Interessanterweise spielt auch die sogenannte »Ambiguitätstoleranz« – die Fähigkeit, mit Unsicherheiten umzugehen – eine entscheidende Rolle. Ein faszinierender Aspekt ist die Neuroplastizität des Gehirns: Durch gezieltes Training können Vertriebsmitarbeiter tatsächlich ihre neuronalen Strukturen so verändern, dass sie effizienter kommunizieren und Kundenbeziehungen aufbauen. Dies unterstreicht, wie wichtig kontinuierliches, maßgeschneidertes Training im Vertrieb ist.

Welche Fähigkeiten lassen sich in Vertriebstrainings erlernen und wo stoßen solche Angebote an ihre Grenzen?

In professionellen Vertriebstrainings lassen sich eine Vielzahl von Fähigkeiten entwickeln und verfeinern. Dazu gehören unter anderem Verhandlungstechniken, aktives Zuhören, Präsentationsfähigkeiten und strategisches Denken. Ein oft unterschätzter, aber entscheidender Bereich ist das Selbstmanagement – die Fähigkeit, die eigene Motivation und Leistung konstant auf hohem Niveau zu halten.

Ein innovativer und zugleich langjährig erfolgswährter Ansatz, den wir in unseren Trainings verfolgen, ist die Integration von Objectives and Key Results (OKRs) im Vertrieb. Diese Methode zur agilen Strategieumsetzung hat im B2B-Vertrieb erstaunliche Effekte gezeigt. Unternehmen, die OKRs im Vertrieb implementiert haben, berichten von einer Steigerung der Abschlussquoten um bis zu 30 Prozent und einer verbesserten Alignment zwischen Vertrieb und anderen Unternehmensbereichen.

Die Grenzen von Vertriebstrainings liegen oft in der Umsetzung des Gelernten im Alltag. Hier zeigt sich der entscheidende Vorteil maßgeschneiderter Trainings gegenüber offenen Seminaren von

der Stange. Durch die passgenaue Ausrichtung auf das eigene Unternehmen, das spezifische Setup des Vertriebsteams und die individuellen Bedürfnisse der Entscheider wird eine signifikant höhere Wirkung im Ergebnis erzielt. Studien belegen, dass der Lerntransfer bei maßgeschneiderten Trainings um bis zu 75 Prozent höher ist als bei Standardseminaren.

Woran erkennen Führungskräfte ein seriöses und effektives Vertriebstraining – welche Kriterien sollten sie hieran anlegen?

Bei der Auswahl eines effektiven Vertriebstrainings sollten Führungskräfte auf mehrere Schlüsselkriterien achten. Zunächst ist es wichtig, dass der Trainingsanbieter eine fundierte Analyse der spezifischen Unternehmenssituation durchführt. Ein seriöses Training basiert auf wissenschaftlichen Erkenntnissen und aktuellen Forschungsergebnissen aus Bereichen wie Verkaufspsychologie, Neurowissenschaften und Organisationsentwicklung.

Ein entscheidendes Kriterium ist die Messbarkeit der Ergebnisse. Effektive Trainings definieren klare, quantifizierbare Ziele und implementieren Methoden zur Erfolgsmessung. Hier kommt wieder das Konzept der OKRs ins Spiel, das eine transparente Verfolgung der Fortschritte ermöglicht.

Führungskräfte sollten auch auf die Qualifikationen und Erfahrung der Trainer achten. Ein Mix aus theoretischem Wissen und praktischer Vertriebs Erfahrung ist ideal. Zudem ist die Nachhaltigkeit des Trainings entscheidend – ein seriöser Anbieter bietet Folgemaßnahmen, wie etwa die 1:1 Begleitung im Vertriebsalltag und gezieltes Coaching zur Sicherung des Lerntransfers an. Interessanterweise zeigen Studien, dass die Einbindung der Führungskräfte in den Trainingsprozess den Erfolg um bis zu 40% steigern kann. Ein guter Trainingsanbieter wird daher immer auch die Führungsebene in das Konzept einbeziehen.

Wie wird sich der B2B-Vertrieb im Verlauf des Jahres 2025 entwickeln? Werden Menschen auch in den kommenden Monaten immer noch von Menschen kaufen und welchen Stellenwert wird die KI dabei einnehmen?

Die Entwicklung des B2B-Vertriebs im Jahr 2025 wird von einer faszinierenden Symbiose zwischen menschlicher Expertise und künstlicher Intelligenz geprägt sein. Trotz der rasanten technologischen Entwicklung bleibt der menschliche Faktor im B2B-Vertrieb entscheidend. Komplexe Entscheidungsprozesse, die Notwendigkeit von Vertrauen und die Bedeutung persönlicher Beziehungen machen den menschlichen Vertriebsmitarbeiter weiterhin unersetzlich.

KI wird jedoch eine immer wichtigere unterstützende Rolle einnehmen. Prognosen zeigen, dass bis 2025 etwa 75 Prozent aller B2B-Unternehmen KI-gestützte Tools im Vertrieb einsetzen werden. Diese Technologien werden vor allem in Bereichen wie Datenanalyse, Leadgenerierung und Kundenservice zum Einsatz kommen. Ein faszinierender Trend ist der Einsatz von KI zur Analyse von Verkaufsgesprächen in Echtzeit, um Vertriebsmitarbeitern sofortige Handlungsempfehlungen zu geben.

Die Herausforderung für Vertriebsteams wird darin bestehen, die richtige Balance zwischen menschlicher Interaktion und technologischer Unterstützung zu finden. Erfolgreiche Vertriebsmitarbeiter der Zukunft werden diejenigen sein, die KI-Tools effektiv nutzen, um ihre menschlichen Fähigkeiten wie Empathie, kreatives Problemlösen und strategisches Denken zu verstärken.

In diesem sich schnell wandelnden Umfeld wird kontinuierliches, maßgeschneidertes Training noch wichtiger werden. Unternehmen, die in die Entwicklung ihrer Vertriebsteam investieren und dabei sowohl menschliche als auch technologische Aspekte berücksichtigen, werden einen signifikanten Wettbewerbsvorteil haben.

Studien prognostizieren, dass Unternehmen mit gut geschulten, technologieaffinen Vertriebsteams im Jahr 2025 eine um bis zu 50 Prozent höhere Kundengewinnungsrate aufweisen werden als ihre weniger fortschrittlichen Wettbewerber.



Unser Gesprächspartner:

Tobias Bobka ist Managing Partner der BOBKA Mittelstandsberatung.

Hier ist der Umsetzungsprofi – wie er von seinen Kunden bezeichnet wird – als Berater, Trainer und Interim-Lotse tätig.

Beitragsbilder: Tobias Bobka, Johannes Meier

Link zum Original

<https://erfolg-magazin.de/vertrieb-20-prozent-schneller-wachsen/>