

BOBKAS BUSINESS – 11/2020

Aufgeben ist auch (k)eine Wahl – Zuversicht, Mut und Leidenschaft hingegen schon!

„Es gibt mehr Leute, die kapitulieren, als solche, die scheitern.“

Dieses berühmte Zitat von Unternehmer Henry Ford erfährt in der heutigen Umbruchzeit besondere Bedeutung. Gerade im Vertrieb herrscht vielerorts Stillstand, vor der fadenscheinigen Ausrede der Covid 19-Pandemie. Statt mit Zuversicht und Leidenschaft jetzt erst richtig aufs Gaspedal zu drücken, kehrt immer häufiger eine heuchlerische Melancholie ein, gepaart mit dem Klagelied der Chancenberaubung durch die Politik. Dabei bietet diese Zeit mannigfaltige Chancen im Vertrieb. Klar führt uns das schnell heraus aus der Komfortzone in die Lern- und Wachstumszone. Hier bin ich immer wieder erstaunt, wie der erste Lockdown vielerorts für eine trügerische Entspanntheit gesorgt hat, fast schon so, als müsse man einfach abwarten bis 2021, dann zöge der Sturm vorbei und alles würde wie vorher werden. Andere wiederum erkennen mit ihrer offen zur Schau getragenen Hoffnungslosigkeit schon die vorweggenommene Niederlage an. Die Unternehmerlandschaft scheint mitunter gespalten derweilen. Die einen schließen ihre Türen und rufen nach staatlichen Hilfen, andere fassen Mut und gehen entschlossen voran. **Corona demaskiert schonungslos** diejenigen, bei denen schön formulierte Werte nur Wände oder Imagebroschüren schmücken, jedoch ansonsten nicht erlebbar sind. Häufig bröckelt unter dem zunehmenden Druck die schöne Fassade. In diesen volatilen Umbruchzeiten brennt sich negatives Verhalten geradezu in das Gedächtnis von Kunden und Mitarbeitern ein. Umgekehrt bietet sich damit die Gelegenheit, zu beweisen, dass die propagierten Werte und Überzeugungen wirklich gelebt werden.

Ich erlebe im Gespräch beispielsweise mit stationären Einzelhändlern zuweilen eine unbändige Ohnmacht auf der einen Seite in Bezug auf die aktuelle Umsatz- und Ertragsentwicklung auf Grund der geringen Frequenz in Deutschlands Innenstädten bzw. auch den Folgen des ersten, sehr harten Lockdowns. Auf der anderen Seite weigert man sich beharrlich, seit geraumer Zeit und nicht erst seit der Pandemie, sich den neuen Herausforderungen mutig entgegenzustellen, loszulegen, einfach auch mal auszuprobieren ohne den Drang nach sofortiger Perfektion und dem allheilbringenden Sofort Erfolg, um so den eigenen Mikrokosmos positiv zu beeinflussen. Ich persönlich vermisse hier die **leidenschaftlichen Appelle** dieser Unternehmer an ihre Vertriebs- bzw. Verkaufsmannschaft, die Kundenwelt neu zu denken, in den intensiven Dialog mit den verbliebenen Kunden einzutauchen, neue Chancen aufzutun und dann beherzt anzupacken.

Oft wird sich aber dem Schicksal ergeben und vor fadenscheinigen Ausreden versteckt, fieberhaft Verantwortliche gesucht und diese an den Pranger gestellt, anstatt die Chance auf Besserung selbst zu ergreifen.

Ich frage diese Unternehmer/-innen dann gerne direkt u.a. hiernach:

- Wie stark und in welcher Form hat sich Ihre Kommunikation verändert und intensiviert seit den Anfängen der Pandemie in Bezug auf die eigene Mannschaft und die eigenen Kunden?
- Wie hat sich die Ansprache Ihrer Kunden insgesamt verändert?
- In Prozent gefragt: Wie viele Kunden begeistert und gewinnt heute jeder Einzelne im persönlichen Erstkontakt, egal ob am Telefon oder von Angesicht zu Angesicht?
- Wo hat darüber hinaus die eigene Mannschaft professionelle Unterstützung erhalten, um die veränderten Herausforderungen, Ängste, Bedürfnisse und Erwartungen Ihrer Kunden im Detail zu beleuchten, um daraus gezielt das eigene Geschäftsmodell mutig weiterzuentwickeln? Damit Umsatz und Ertrag mit minimalinvasivem Aufwand künftig wieder Zuwächse verzeichnen.
- Wie hat sich das Verhalten und die Kommunikation eines Jeden im Unternehmen in Bezug auf die eigenen Kunden verändert?
- Wo erhalten Talente und Veränderungswillige bei Ihnen im Verkauf bzw. Vertrieb gezielt Unterstützung, um an sich und ihren Fähigkeiten fokussiert zu arbeiten?
- Wie hat sich Ihre Vertriebssteuerung zwischenzeitlich verändert und an die Gegebenheiten des neuen Spielfeldes angepasst?
- Wie wird Ihr Kunde in die Entscheidungsprozesse aktiv heute mit einbezogen?
- Wie haben sich Ihre Entscheidungswege verändert, um an Umsetzungsstärke dazuzugewinnen?
- Wie verzahnen Sie die für Ihre Kunden wichtigen Schnittstellen im Unternehmen miteinander?
- Wo haben Sie mit Ihrem Team für schlankere Prozesse und Strukturen mit dem Ziel der stärkeren Kundenzentrierung gesorgt?
- Wie befähigen Sie Ihr Team digital?
- Kennen alle im Team ihre Schlummerkunden, also jene Kunden, wo objektiv betrachtet Bedarf an weiteren Produkten oder Dienstleistungen aus Ihrem Portfolio besteht, und wird dieses Cross- und Upselling Potenzial gezielt angegangen?
- Wie setzen Sie sich mit dem richtigen Storytelling erfolgreich vom Wettbewerb für die Pole-Position ab?
- Was tun Sie und Ihr Team täglich konkret dafür, dass aus Stammkunden echte Fans werden, die für Sie eigeninitiativ Weiterempfehlungen aussprechen?

Das Erstaunliche: die allerwenigsten Entscheider/-innen haben Antworten darauf.

Das Positive: Sie kennen jetzt die Möglichkeiten positiv Einfluss zu nehmen auf den Erfolg.

„Mut steht am Anfang jeden Handelns, Glück am Ende.“
(Demokrit)

Wenn Unternehmern/Unternehmerinnen und/oder dem Führungsteam schon die Panik, Hoffnungslosigkeit und Resignation ins Gesicht geschrieben steht, woher soll dann der Aufbruch in der Mannschaft kommen? Uns allen ist doch klar, dass sich jetzt schnell die Dinge verändern müssen, Entscheidungen in nie dagewesener Geschwindigkeit zu fällen sind. Außerdem braucht es starke Führungspersönlichkeiten, die mit Mut und Entschlossenheit vorangehen und empathisch die eigene Mannschaft anführen. Das fängt für mich damit an, dass wir aufhören, kollektiv Trübsal zu blasen, anzuprangern, Schuldige zu suchen und stattdessen endlich den Fuß aufs Gaspedal setzen.

Es heißt nicht umsonst, dass wir die Summe der Menschen sind, die uns umgeben. Orientieren wir uns also bitte an denen, die Mut beweisen und Zuversicht spenden.

Jene, die in Windeseile ihre Produktion umgestellt haben auf stark nachgefragte Produkte.

Jene, welche die Digitalisierung nicht nur der Öffentlichkeitswirkung oder der Fördermittel wegen in Augenschein nehmen, sondern beherzt im Team mit ihren Kunden gemeinsam anpacken und als Investition in den zukünftigen Erfolg begreifen.

Jene, die im Handel endlich den Omni-Channel Gedanken tiefgreifend angegangen haben und damit überproportional gewachsen sind in den letzten Monaten.



Bild © James Thew #163852633 stock.adobe.com

Jene, die im Handwerk den Dienst am Kunden wiederentdeckt und neu kultiviert haben.

Jene, die sich aus tiefster Überzeugung und ureigenstem Antrieb mit hochgekrempeelten Ärmeln vor ihr Team stellen, es authentisch motivieren und leidenschaftlich-empathischen Zuspruch geben für jeden Fortschritt auf der eigenen Erfolgsagenda.

Jene, denen klar ist, dass Erfolg immer mit der eigenen Veränderung beginnt und gerade im Vertrieb es unabdingbar macht, in diesem Umbruchzeiten professionelle Unterstützung auf Zeit an Bord zu holen. Damit die Haltung im eigenen Vertriebsteam den wichtigen Anschlag erfährt, die notwendige Umsetzungsgeschwindigkeit aufgenommen und vor allem konstant gehalten werden kann.

Jene, die verstehen und längst verinnerlicht haben in ihrer Führungsarbeit, dass nicht die stetige Veränderung die Gefahr für das eigene Team ist, sondern das Verharren in der Vergangenheit.

Kurzum: Jetzt ist die Zeit, das eigene Vertriebsgeschehen ungeschönt auf den Prüfstand zu stellen und gänzlich neu zu denken, stetig dazuzulernen. Das ist vergleichbar mit dem Rudern gegen den Strom. Hört man damit auf, ist der Rücktrieb unaufhaltbar.

An dieser Stelle möchte ich Ihnen mein persönliches Lieblingszitat nahelegen. Der Literaturnobel- und Oskar-Preisträger George Bernard Shaw brachte es einst auf den Punkt:

„Der einzige Mensch, der sich vernünftig benimmt, ist mein Schneider. Er nimmt jedes Mal neu Maß, wenn er mich trifft, während alle anderen immer die alten Maßstäbe anlegen in der Meinung, sie passten auch heute noch.“

Mein heutiger Appell an Sie und Ihr Vertriebs- bzw. Verkaufsteam lautet deswegen:

Nehmen Sie sich jetzt die Zeit, um neu Maß zu nehmen bei Ihren Kunden. Und ermächtigen Sie Ihr Vertriebsteam, mit professioneller Unterstützung auf Zeit, die Kundenzentrierung auch in der eigenen Kommunikation erlebbar werden zu lassen.

Ich erlebe es immer wieder hautnah in unseren Workshops und Trainings, wie augenscheinlich verkrustete Strukturen aufbrechen, Gedankenmuster durchbrochen werden, Menschen sich zur Veränderung anleiten lassen und im Team gestärkt zusammenfinden. Und hinterher sich kaum einer mehr vorstellen mag, wie es vorher war.

Der Grund? Schlicht die nachfolgenden Erfahrungen und eintretenden Umsetzungserfolge, die möglich werden, weil die uns anvertrauten Menschen im geschütztem Raum Vertrauen fassen während der gemeinsamen Zeit in den Workshops und Trainings, konkrete Anleitung erhalten und während der Umsetzung jederzeit auf Wunsch bedarfsgerechte Unterstützung finden.

Teilnehmer/-innen berichten davon, wie Sie mit den richtigen Werkzeugen und der richtigen Haltung auf einmal endlich Gehör finden, wo Jahre vorher nicht einmal eine Reaktion erfolgte. Wie Akquise-Mails urplötzlich vom empfangenden Entscheider so einzigartig frisch-frech und originell empfunden werden, dass sie sogar eigeninitiativ weitergeleitet werden. Wie sich die Terminquote in der Telefonakquise stetig steigert, Einladungen plötzlich auf Augenhöhe ausgesprochen werden vom Gegenüber, Herzlichkeit und aufrichtiges Interesse entgegengebracht werden.

Auf einmal wird die Veränderung positiv erlebt, Neugier entfacht neuen Mut und Entschlossenheit, Teamgeist mehrt Vertrauen und Experimentierfreude.

Mir wird u.a. berichtet, dass es sich anfühlt, als würde man bei sternklarem Himmel im Zelt übernachten. Und jemand liest einem beim spärlichen Licht der Taschenlampe Geschichten vor von dem, was alles draußen um einen herum passiert. Geschichten, die eine Welt eröffnen, wie wir sie nie zuvor wahrgenommen und gefühlt haben. Alles darin ist neu, aufregend und ungewohnt. Wir wagen uns nicht aus dem Zelt heraus. Aber die Neugier lässt einen nicht los, also trauen wir uns vorsichtig mit unserem Begleiter aus dem Zelt heraus. All die vielen Eindrücke faszinieren so unglaublich. Man ist mittendrin im Abenteuer. Und die Erlebnisse hinterlassen nachhaltig Eindruck. Die Welt wird so viel facettenreicher und wir merken, dass unsere anfängliche Vorsicht gewichen ist, Ängste unbegründet waren. Die positiven Erlebnisse haben uns gezeigt, dass es sich lohnt, den Blick aus dem Zelt zu wagen und neue Erfahrungen zu machen.

Für mich ein schillerndes Beispiel ist die Telefonakquise in diesen Tagen. So viele Menschen verwehren sich aus Angst vor Enttäuschung oder Ablehnung, führen dabei Vorwände an wie etwa, dass im Moment sowieso niemand erreichbar sei oder alle keine Zeit hätten. Genau dies entspricht aber nun eben nicht der Realität. Warum dem so ist und wie das jeder für sich entdecken kann, erarbeiten wir konkret in unseren Workshops und Trainings, die wir spezifisch auf unsere Kunden abstimmen. Wir tauchen tief in die Welt unserer Kunden, vor allem aber deren Endkundenwelt ein, zeigen neue Sichtweisen

und Perspektiven auf und helfen so den Teilnehmenden, sich mehr zu trauen, an sich und Ihr Potenzial zu glauben und mit dieser Veränderung der eigenen Haltung gänzlich neue Resultate zu erzielen.

Geben Sie Ihrem Vertriebs- bzw. Verkaufsteam deswegen die Chance dies selbst erfahren zu dürfen. Zu erleben, wie in wenigen Wochen, sich die Dinge zum Positiven wenden und ein gänzlich neuer Spirit Einzug hält. **Warum?** Ihrem Erfolg von morgen zuliebe.

Mehr Best-Practice Tipps

Wenn Sie mehr über die Erfolgshebel im Vertrieb von morgen, die Erlebnisse wie auch die nachweislichen Erfolge unserer Kunden erfahren möchten und wie genau das auch bei Ihnen umsetzbar ist, rufen Sie mich jederzeit sehr gerne an oder schreiben mir.

Sie erreichen uns jederzeit persönlich

unter **+49 (0) 761 888 599 815**

oder Mail an kontakt@umsetzungsprofis.de

Mit motivierenden Grüßen

Ihr **Tobias Bobka**



**SIE SIND
NEUGIERIG
GEWORDEN?**

**TELEFON:
+49 (0) 761 888 599 815**

**RUFEN SIE UNS
EINFACH AN.**

www.umsetzungsprofi.de