



Gehälter im Verkauf

Was Führungskräfte im Vertrieb verdienen. Seite K 2



Kostenlos ins Burgtheater

Magna-Jugendförderung im Kulturbereich. Seite K 5



Fokus Bildung international

Vergessene Kosten beim Auslands-MBA. Seite K 12

ZUGMANN



Hochkonjunktur für Topverkäufer

Marktanteile halten, Umsätze steigern, dem Mitbewerber die besten Kunden abjagen – das sind Strategien, die sich nur mit exzellenten Vertriebsleuten realisieren lassen. „Verkauf ist die Kunst, Kunden das Gefühl zu geben, dass sie ihr Geld bestmöglich investieren“, heißt es. Was Voraussetzung für diese Kunstfertigkeit ist? Laut einer wissenschaftlichen Untersuchung der Privaten Hochschule Wirtschaft (PHW, Zürich) und von Swiss Marketing (SMC) ist die wichtigste Kompetenz „Kommunikationsfähigkeit“. Und das heißt zunächst einmal zuhören, mit dem Kopf des Visavis denken und dessen Bedürfnisse kennenlernen, ehe man darauf eingehen kann.

Die Gagen und das Sozialprestige hinken Anforderungen hinterher.

Im Zuge der Globalisierung werden auch für Verkäufer Fremdsprachenkenntnisse zur Voraussetzung für eine glänzende Berufslaufbahn. Aber nicht nur Vokabelkenntnisse zählen – ohne multikulturelles Verständnis ist der Aufstieg in einem internationalen Konzern undenkbar.

Die an sie gerichteten Erwartungen können auch nur Verkäufer erfüllen, die in der Lage sind, spontane Beziehungen zu fremden Personen herzustellen, Gruppen zu organisieren, Kompromisse auszuhandeln und Konflikte zu lösen.

Paradox, dass trotz stetig steigender Anforderungen an Topverkäufer weder die Gagen noch das Prestige mitwachsen. Eine „Hall of Fame“ für Vertriebsleute und das Out für Deckelungen sollten Unternehmen eine Überlegung wert sein.

johanna.zugmann@diepresse.com

„Evergreen Verkauf“

VERTRIEB ALS KRISENRETTUNGSANKER. Viel Bewegung am Personalmarkt, Investitionen statt Kostenbremse, mit der richtigen Qualifikation Top-Karrierechancen.



Ob alte Zeiten, Krisenzeiten oder Hochkonjunktur: Verkaufstalente sind immer gefragt – vor allem, wenn es darum geht, dem Mitbewerber Marktanteile wegzunehmen. Egal, ob in der Automobilbranche oder im rollenden Eisgeschäft... [APA]

VON MONIKA KRIWAN

ist es Optimismus oder Realitätsverweigerung, wenn laut einer Studie von „jobs Personalberatung“ 64 Prozent von 284 befragten heimischen Verkäufern im November des Vorjahres angeben, ihr Jahresziel erreichen zu können beziehungsweise für 2009 ebenfalls 64 Prozent mit noch höheren Umsatzzielen rechnen? „Verkäufer glauben nicht an die Krise, weil sie Erfolg oder Misserfolg selbst definieren. Zudem sind die Unternehmen in Zeiten wie diesen eher bereit, in diesen Bereich zu investieren“, erläutert Peter Marsch, Geschäftsführer der auf den Vertrieb spezialisierten „jobs Personalberatung“.

Die Nachfrage im Salesbereich sei jedenfalls ungebrochen, und laut Studie dürfte es auch am Angebot nicht mangeln. Beachtliche 51 Prozent der Befragten planen für 2009 eine berufliche Neuorientierung.

Bewegung am Markt und somit Chancen auf gute Geschäfte ortet auch Hans Bachinger, Geschäftsführer der Vertriebsberatung und Personalvermittlung „Menschen im Vertrieb“. „Einerseits gibt es eine Zunahme an Initiativbewerbungen, andererseits können sich auch die Unternehmen reine Mitläufer im Verkauf nicht mehr leisten. Auch bei Firmen mit Einstellungsstopp lässt sich beobachten, dass derzeit weniger gute Vertriebsleute durch Topverkäufer ausgetauscht werden.“

Spitzenverkäufer statt Mitläufer

Auch Neukunden konnte Bachinger gewinnen, die im Vertrieb nun bewusst Veränderungen vornehmen, weil „viele nicht rund läuft“. Selbst in der krisengeschüttelten Automobilbranche bestehe nach wie vor Bedarf an Verkäufern.

Alexander Preyer, Partner bei der Consent Personal- und Managementberatung, be-

stätigt: „Vertriebspositionen sind auch in Krisenzeiten ein Evergreen, während andere Stellen abnehmen. So gesehen steigt der Sales-Anteil am Gesamtmarkt.“ Generell werde im Verkauf jetzt nicht auf die Kostenbremse gestiegen, „da es ja gerade die guten Vertriebler sind, die in diesen Tagen ‚die Haut retten‘ können.“

„Bei den Investitionen geht es nicht nur um die Aufnahme von neuen Mitarbeitern, sondern ebenso um Prozesse“, weiß auch Bachinger. „Man konzentriert sich nun verstärkt auf den Zielgruppenfokus, denn das Ziel kann bei schlechter Wirtschaftslage nur sein, Marktanteile vom Mitbewerber zu holen.“ Auch auf das Schlagzahlmanagement, letztlich die Erhöhung der Kontaktzahlen, werde in Tagen wie diesen besonderes Augenmerk gelegt. Denn in Bezug auf die Schlagkraft, dem Verhältnis zwischen Kontakthäufigkeit und Auftrag, trenne sich die

Fortsetzung auf Seite K 2

JENEWEIN & PARTNER

THE AMROP HEVER GROUP

Wollen Sie VERÄNDERN, GESTALTEN und ERFOLG neu definieren?

Die einen sehen schrumpfende Margen, rückläufige Marktanteile und fehlendes Umsatzwachstum – alles eine Folge der Turbulenzen der Märkte. Die anderen sehen sich verändernde Verhaltensweisen, Werte und Einstellungen und entwickeln eine Vision der Erneuerung.

Wir suchen für unsere Unternehmensgruppe – Marktführer im Dienstleistungsgeschäft in Österreich und Zentral- und Osteuropa – eine Nummer 1, die als Vorsitzender der Geschäftsführung ein Bild von der Zukunft unserer Branche zeichnet und dieses unter Hochdruck mithilfe umzusetzen:

Vorsitzende/r der Geschäftsführung

Neuausrichtung einer Unternehmensgruppe / Dienstleistungsbereich

Sie sollen unser europäisches Geschäftsmodell auf die sich völlig veränderten lokalen Markterfordernisse neu ausrichten, das Set-up unserer Gesellschaft neu gestalten und alle damit einhergehenden Veränderungsprozesse intern und extern initiieren und begleiten. Dies umfasst das gesamte „Change Management Klavier“ von Vision, Strategie und Struktur, begleitet von Lobbying-Aktivitäten.

Als anerkannte/r erfolgreiche/r Generalist/in mit umfassender Management- und Führungsexpertise haben Sie Erfahrung mit Neupositionierung, -strukturierung und Veränderungsprozessen im Dienstleistungsumfeld und verfügen über ein ausbalanciertes Kontaktnetz in Politik und Wirtschaft. Sie können motivieren und begeistern und eine „Koalition der Erneuerung“ schmieden.

Wir freuen uns auf Ihr Interesse und garantieren Ihnen strengste Vertraulichkeit!

JENEWEIN & PARTNER, z. Hd. Frau Mag. Andrea Viehauser, Schmidgasse 3, 1080 Wien, Tel.: 01/403 08 28-11, Fax: 01/403 08 28-93 oder e-mail: av@jenewein.at

