

Qualifying für Ihren Vertrieb!

Ein Interview mit den beiden Vertriebs-Profis Hans Bachinger und Gergely Hernady von „Menschen im Vertrieb“.

Die Firma „Menschen im Vertrieb“ ist nun mittlerweile seit zwei Jahren erfolgreich tätig und versteht sich als Beratungspartner in allen vertriebsrelevanten Themen über die Grenzen Österreichs hinaus. Wo sehen Sie die größten Herausforderungen im Vertrieb der Zukunft?

Hans Bachinger: Der Vertrieb der Zukunft, das ist eine sehr spannende Herausforderung, denn alternative Vertriebschienen in der virtuellen Welt oder in der Mobiltelefonie nehmen unwiderlegbar zu, während wir aber trotzdem die steigende Bedeutung von qualifiziertem Vertriebspersonal feststellen können. Generell gilt: Der Kunde ist wesentlich selbstbewusster und besser informiert als früher. Zudem hat er durch den massiv verbesserten Informationsfluss auf der Angebotseite auch weit mehr Auswahlmöglichkeiten. Das erfordert im persönlichen Kundenkontakt viel professionellere Personen, ja Persönlichkeiten, die diesen Anforderungen gewachsen sind. Eine Alibi-Verkaufsmannschaft zu haben, ist heute so gut wie nirgends mehr möglich. Man muss sowohl in die professionelle Auswahl, aber auch in die laufende Qualifizierung und Begleitung der Leute investieren.

Neben vertrieblichen Beratungsthemen und Positionierungsthemen sind Sie ja auch stark im Recruiting von Vertriebsmitarbeitern tätig. Was erwarten gute „Vertriebler“ heutzutage und wie ist die innerbetriebliche Wertschätzung des Vertriebs generell?

Gergely Hernady: Grundsätzlich haben Jobs im Vertrieb in der breiten Öffentlichkeit nach wie vor einen relativ geringen Stellenwert. So wird zum Beispiel eine Position in einer Marketingabteilung als wesentlich hochwertiger angesehen als eine Gebietsvertretung oder ein Außendienstjob. Das merken wir auch am Bewerberverhalten. Dabei sind sowohl Einkommens- als auch Entfaltungsmöglichkeiten im Vertrieb generell wesentlich besser als in den meisten anderen Sparten in der Privatwirtschaft. Beobachtbar ist, dass immer mehr und vor allem



Hans Bachinger (l.) und Gergely Hernady von Menschen im Vertrieb übernehmen die Rekrutierung und Vertriebsberatung in Unternehmen.

die dynamischeren Firmenchefs erkennen, dass jedes Unternehmen ausschließlich von dem lebt, was es verkauft, und nicht von dem, was es produziert oder entwickelt. Insofern ist der Verkauf eine der absoluten Kernkompetenzen in jeder Firma und so sollten VerkäuferInnen auch intern behandelt werden. Und genau so eine interne Einstellung erwarten gute „Vertriebler“ von einem Unternehmen. Alle anderen Faktoren kommen dann von allein.

Denken Sie hier an finanzielle Anreize?

Gergely Hernady: Keineswegs allein. Natürlich sind Verkäufertypen monetär interessiert und erkennen Möglichkeiten am Markt schnell. Aber in unserem Beratungsmodell „Seller Branding“ gehen wir davon aus, dass sich jede Person in einer Firma wie ein Verkäufer bzw. eine Verkäuferin fühlen sollte. Vom Portier bis zum Finanzdirektor. Da geht es um Einstellungen, um Schwerpunktsetzungen, wie ich mit Kundenanliegen umgehe, wie ich auf das Marktgeschehen reagiere und wie ich diese Interessen intern kommuniziere. Das ist wie eine Busspur für vertriebliche Interessen und Denkweisen im Unternehmen. Das schafft eine Team-Atmosphäre