

## Verkaufen im Verdrängungswettbewerb



Wertvolle Tipps für die **Neukunden-Akquise** gab der Top-Referent Hermann Scherer am ersten von drei Veranstaltungstagen des Seminars »IT-Sales Executive 2008« von VMware, Fujitsu Siemens Computers und der IT-BUSINESS Akademie.

IT-BUSINESS / Katrin Hofmann

**W**ährend ein Zebra in Todesgefahr schwebt, wenn es die schützende Masse verlässt, ist es für ein Vertriebsteam erfolgsentscheidend, dass seine Firma die Aufmerksamkeit des Königs Kunden erlangt. Allein durch die hohe Qualität eines Produkts oder einer Dienstleistung könne der »War of Eyeballs«, der Kampf um die Beachtung durch andere, allerdings nicht gewonnen werden, erläuterte der Freisinger Unternehmensberater und Referent Hermann Scherer auf dem eintägigen Seminar »IT-Sales Executive 2008« im Steigenberger Hotel in Bad Homburg bei Frankfurt am Main: »Was nützt es besser zu sein, wenn die anderen sich besser verkaufen?«

Gemäß dieses Mottos plakativ, eigene Erfolge als Beispiele erwähnend und geschickt mit Lautstärke und Gestik spielend, stellte er den Geschäftsführern, Mitarbeitern der Führungsebene und Partnern von VMware und Fujitsu Siemens Computers Möglichkeiten vor, wie die Pole-Position im Markt erlangt und gefestigt werden kann. Tipps zur Generierung eines Expertenstatus, zum professionellen Networking und zum Umgang mit Medien standen ebenso im Zentrum seiner Ausführungen wie die Optimierung von Angebotsschreiben, die Argumentation im Verkaufsgespräch, innovative Vertriebsaktionen, das wirksame und verständliche Herausstellen des Mehrwerts der eigenen Leistung und die Mitarbeiterführung.

Welche Vorreiterrolle der Geschäftsführung bei der Neukunden-Akquise außerdem zukommen kann, erklärte der Channel-Chef von FSC Jörg Brünig gegenüber IT-BUSINESS in einer der Pausen: »Ruft ein Geschäftsführer eines mittelständischen Unternehmens bei einem Businesskunden aus dem Mittelstand an, um diesen kennen zu lernen, bekommt er anders als ein Vertriebsangestellter den Termin meist sofort. Die folgenden Kundenbesuche kann er einem seiner Verkäufer übertragen.« Ein wichtiger Effekt neben der höheren Performance sei die Vorbildwirkung. »Der Geschäftsführer kann dank solcher Gespräche sein Standing bei den Vertriebsmitarbeitern stärken, ihnen vorleben, wie erfolgreiche Akquise funktioniert«, erläutert Brünig.

### SERVICEWÜSTE DEUTSCHLAND

Anregungen für die Beurteilung und Auswahl von Verkaufsangestellten gab Hermann Scherer. Je höher der Fachbildungs-

### Teilnehmerstimmen



GUNTER HORN, Horn & Cosifan

»Es ist gut, Anregungen für die Neukunden-Akquise zu erhalten. Wichtig sind für mich Ratschläge, wie ich diese Tipps gemeinsam mit meinen Mitarbeitern umsetzen kann. Der Referent ist sehr präsent und es gelingt ihm, Emotionen zu vermitteln.«



RALPH BOSSLER, Sylphen

»Von der Veranstaltung habe ich erwartet, dass ich Tipps erhalte, wie ich meine Firma vertrieblich nach vorn bringen kann. Ich finde den Vortrag Hermann Scherers inspirierend und kann mir vorstellen, die ein oder andere Idee aufzugreifen.«

grad der Mitarbeiter, umso größer sei die Gefahr, dass sie sich unverständlich ausdrücken. Nicht von ungefähr informiere eine amerikanische Airline vor der Landung in Deutschland darüber, dass das Verhalten des unterkühlt wirkenden Servicepersonals durchaus nicht unhöflich gemeint sei, sondern völlig normal für das Dienstleistungsgewerbe hierzulande.

Aber, so Scherer: »Für Unternehmen werden die Mitarbeiter immer wichtiger als die zunehmend vergleichbaren Produkte. Nur durch seine Mitarbeiter kann sich eine Firma von anderen abheben und damit das Versinken im Mittelmaß verhindern.« Weil die Vermittlung von Emotionen an die Käufer immer mehr an Wert gewinne, riet der Referent dazu, solche Bewerber zu bevorzugen, die die richtige Einstellung an den Tag legen, und diesen anschließend die fachlichen Fertigkeiten zu vermitteln, anstatt – wie häufig zu beobachten – umgekehrt.

#### DER TRAUMQUADRANT

»Besonders inspirierend fand ich unter anderem die Erläuterungen Scherers zum Traumquadranten. Ab und an ist es hilfreich, sich aus dem alltäglichen Business herausziehen zu lassen. Das ist ihm gelungen,« zeigte sich Gunter Horn, Geschäftsführer von Horn & Cosifan Computersysteme und Sprecher des Partnerbeirats von FSC, zufrieden. Scherers Ausführungen zufolge unterscheiden sich Top-Führungskräfte

und -Entscheider von weniger erfolgreichen Managern dadurch, dass sie sich stärker den ihnen wichtigen beruflichen Projekten widmen. Träume aktiv zu verfolgen, sich weniger durch Ansprüche anderer Menschen treiben lassen, ist dem Redner zufolge ein Grundstock für Erfolg.

Ralph Boßler, Geschäftsführer des IT-Systemhauses Sylphen, bezeichnete als eine für ihn wichtige Anregung die Ratschläge Scherers für unwiderstehliche Angebote: »Ich könnte mir durchaus vorstellen, seinen Tipp, zehn Pluspunkte, die wir als Firma bieten, künftig in unseren Angeboten stärker herauszuheben.« Solche Mehrwert-Punkte sind laut Scherer unter anderem besonders schnelle Lieferzeiten oder die Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit von Ansprechpartnern für Servicefragen. Idealerweise sollten die Pluspunkte im Sichtfeld der Endsumme aufgelistet sein, um so einen etwas höheren Preis rechtfertigen zu können.

Am Ende des Tages hatte auch Hermann Scherer nicht nur dank des Hinweises auf einen seiner größten Coups – er konnte den damaligen Präsidenten Bill Clinton nach Augsburg locken – erreicht, was er den Tag über vermittelt hatte: sich gut zu verkaufen.

»Hermann Scherer hat Charme, Entertainment-Qualitäten, sprudelt vor Ideen und kombiniert strategischen Weitblick und Tiefgründigkeit mit konkreten Beispielen, so dass die Nähe zur Praxis nie verloren geht,« resümierte Jürgen Kühlewein, Director Partner Organisation Central Region bei VMware. Auch andere Teilnehmer lobten die Kurzweiligkeit von Scherers Vortrag und nahmen sich vor, einige der Tipps umzusetzen. □

#### Tipp für Kurzschnellgeschlossene

Am dritten Termin, am 28.05.2008 in Düsseldorf, sind noch wenige Restplätze frei. VMware- und FSC-Partner können sich online anmelden:

WEB | [WWW.SALES-EXECUTIVE2008.DE](http://WWW.SALES-EXECUTIVE2008.DE)

#### – Statements der Partner



JÜRGEN KÜHLEWEIN, VMware

»Wir möchten, dass unsere Business-Partner auf der Veranstaltung IT-Sales Executive 2008 Ideen für das Kundengeschäft vermittelt bekommen. Wir veranstalten das Seminar in Zusammenarbeit mit FSC, weil wir durch die OEM-Partnerschaft eine Schnittmenge gemeinsamer Kunden haben.«



JÖRG BRÜNIG

Fujitsu Siemens Computers

»Vor dem Hintergrund von Insolvenzen, dem Verdrängungswettbewerb und der damit verbundenen Fluktuation der Kunden gehört die Neukunden-Akquise zu einer der wichtigsten Aufgaben von Unternehmen. Die Geschäftsführung kann ihren Vertriebsmitarbeitern dafür entscheidende Impulse geben.«

