

Autor: Pierre Martin, Geschäftsführer CEVEYCONSULTING GmbH

10 TYPISCHE FEHLER IM KOMPLEXEN B2B VERTRIEB

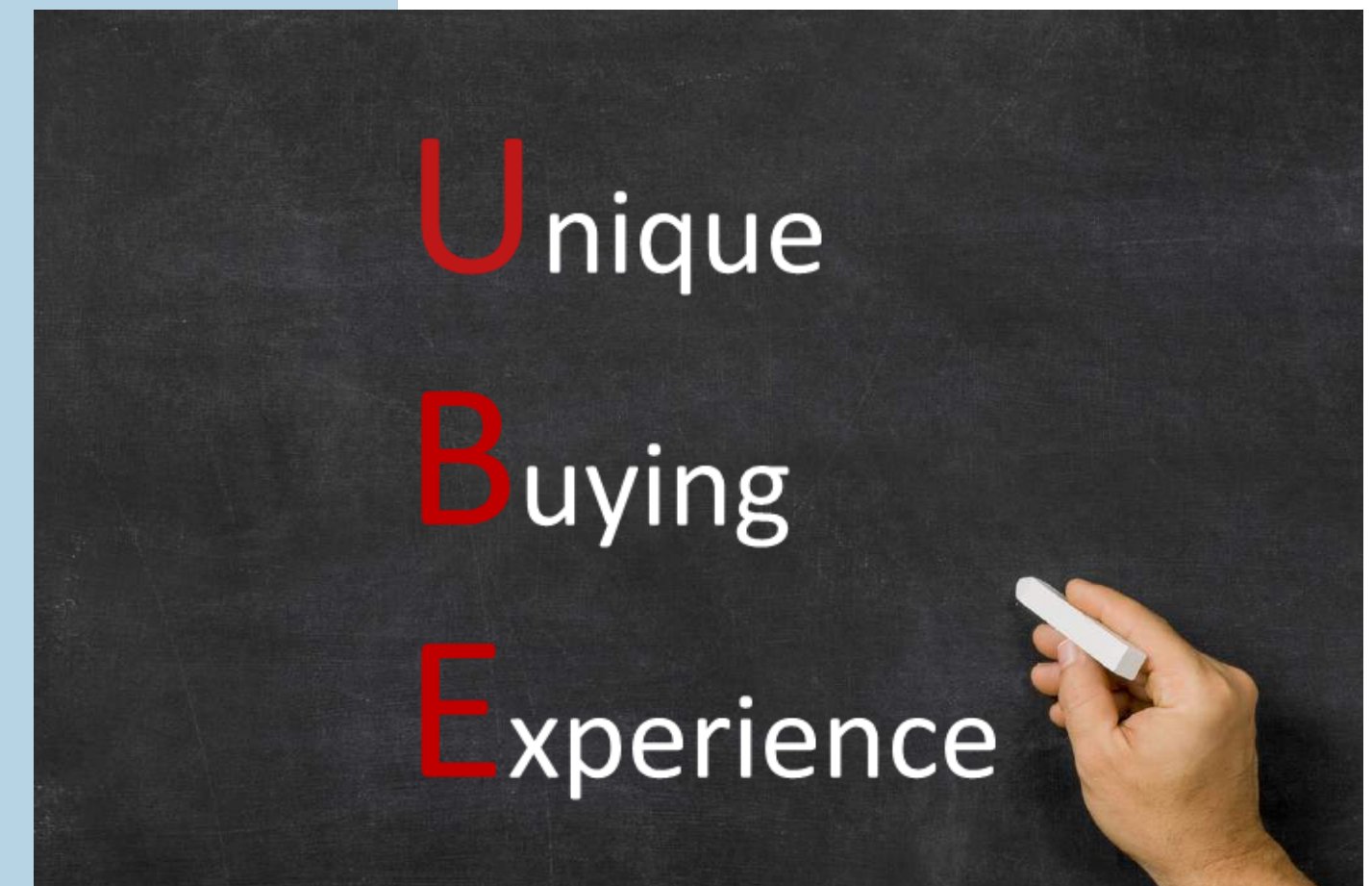
#CEVEYCONSULTING #VERKAUFSPRODUKTIVITÄT #VERTRIEB



1

Fehlende Ambition, die Zusammenarbeit für den Kunden zu einem einzigartigen, sich klar differenzierenden Erlebnis werden zu lassen.

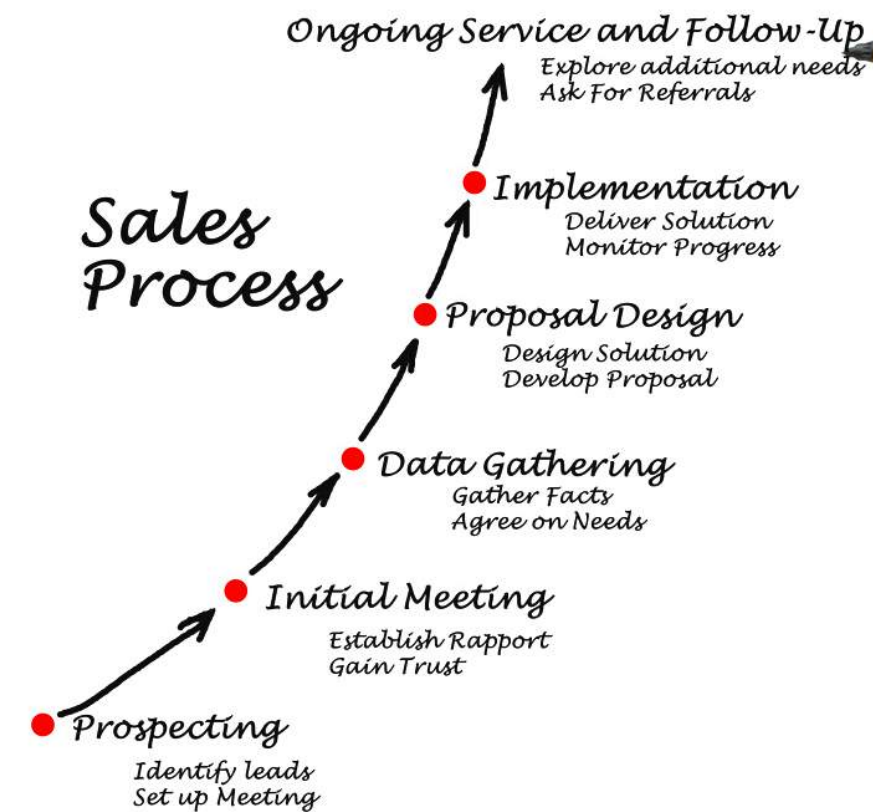
Es wird so verkauft, wie es in der Branche eben üblich ist, ohne die Chance zu nutzen, den Verkaufsprozess zu einem echten USP werden zu lassen.



2

Der Fokus der Vertriebsmitarbeiter liegt zu häufig ausschließlich auf einer exzellenten Lösungsentwicklung.

Essentielle Vertriebsprozessschritte (z.B. Durchdringung des Buying Centers) werden oftmals stiefmütterlich behandelt.



3

Projekte werden auf Basis der technischen Machbarkeit bearbeitet (besonders Ausschreibungen) und nicht nach einer validen vertrieblichen Analyse der Auftragswahrscheinlichkeit!

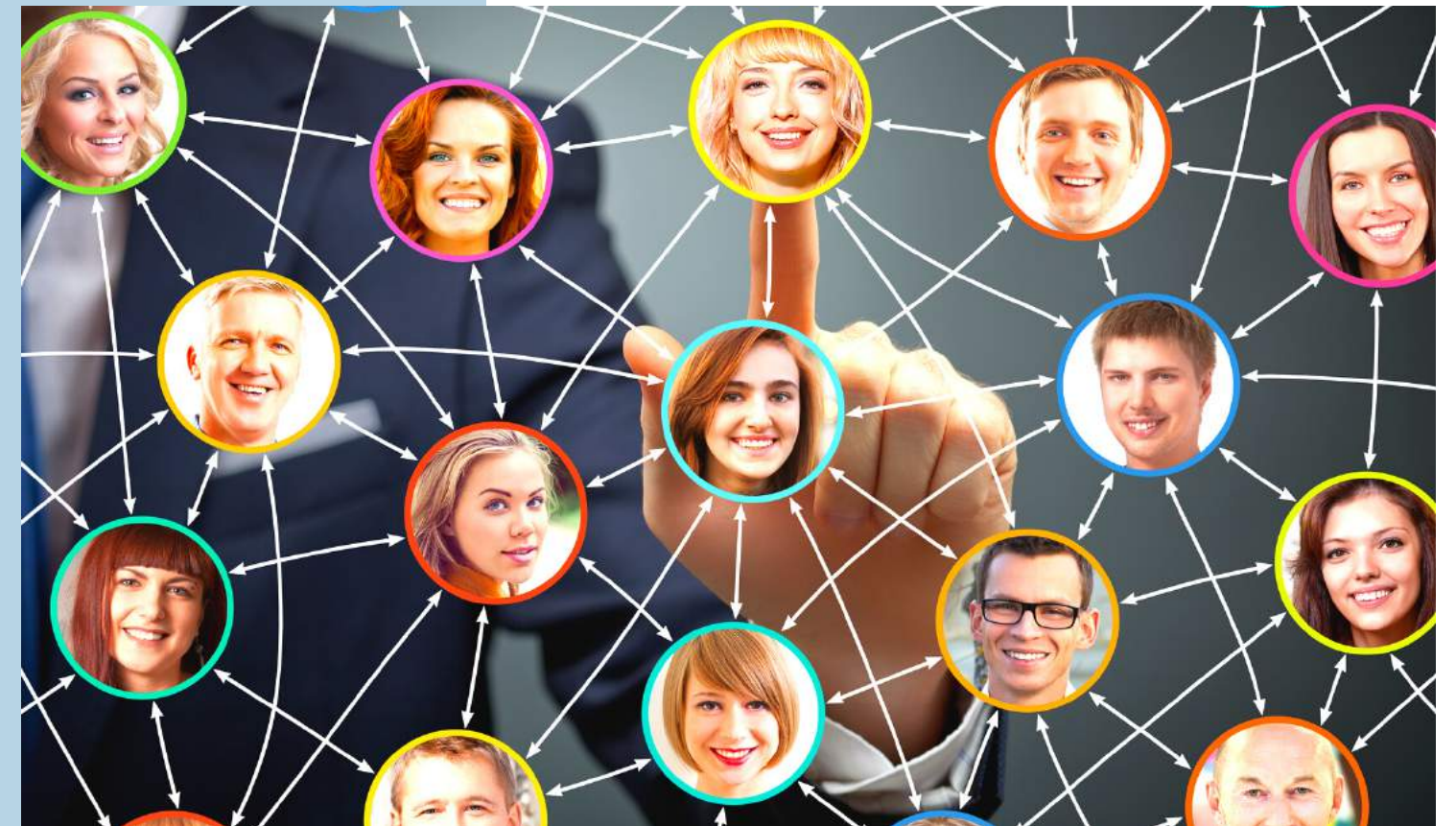
Dies führt zu den berühmten „Dead Horses“ (Verkaufsprojekte ohne reelle Chance auf Beauftragung).



4

Ein Austausch findet nur mit den bekannten Kundenkontakten statt.

Eine Vernetzung mit allen wichtigen Ansprechpartnern, welche zum internen Entscheidungsprozess des Kunden beitragen, und damit eine Durchdringung des Buying Centers fehlt.



5

Durch diese fehlende Durchdringung des Buying Centers werden Aussagen einzelner Ansprechpartner für den gesamten Kunden verallgemeinert.

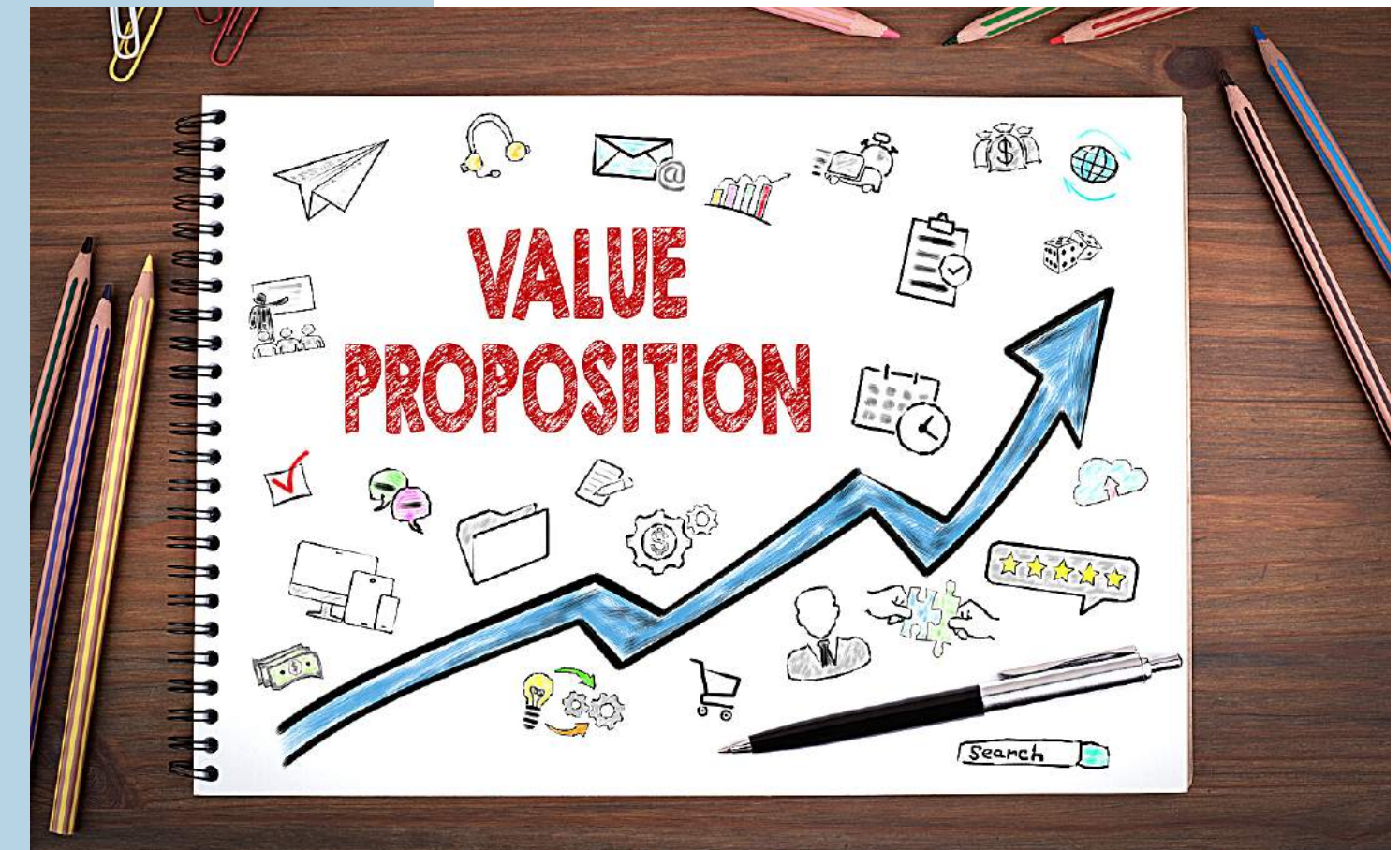
Aus der Praxis wissen wir aber, dass z.B. Produktion und Logistik sehr unterschiedliche Anforderungen und Meinungen zu Lösungen haben, die es im Verkaufsprozess zu berücksichtigen gilt.



6

Die Value Propositions, welche dem Kunden präsentiert werden, sind allgemeine Mehrwertaussagen, denen die Anpassung auf einzelne Ansprechpartner fehlt.

Die Frage "Was haben die Einzelnen in ihrer Rolle für einen Mehrwert von meiner Lösung?" wird vernachlässigt.



7

Eine fehlende gemeinsame Vertriebsmethodik verhindert erfolgreiches Team Selling.

Schon einfache Fragen, zum Beispiel, was ein Entscheider oder eine Entscheiderin ist, wird von den einzelnen Vertriebsmitarbeiter*innen häufig sehr unterschiedlich bewertet.



8

Es existiert ein zu niedriger Level an Selbstreflexion, sowohl in der Organisation als auch auf der persönlichen Ebene.

Dies drückt sich in der Abwesenheit guter Vertriebsreviews und Coachings aus.



9

Es wird zu wenig Wert darauf gelegt, eine emotionale Nähe zum Kunden aufzubauen.

Der Kunde bekommt in erster Linie technokratisch eine saubere Lösung angeboten.



10

Es wird mit der Absicht zugehört, eine schlaue Antwort zu geben und nicht, um den Kunden und seine Bedürfnisse wirklich wahrzunehmen und zu verstehen.

Dies wird häufig mit hohen eigenen Gesprächsanteilen kombiniert.





In den nächsten Wochen werden wir auf jeden der genannten Punkte näher eingehen und entsprechende Lösungsvorschläge vorstellen.

Folgen Sie uns auf

<https://www.linkedin.com/company/ceveyconsulting>

<https://ceveygroup.com/>