

# Job-Special: Vertrieb/Verkauf



online unter: [www.augsburger-allgemeine.de/wirtschaft](http://www.augsburger-allgemeine.de/wirtschaft)

## „Verkäufer sind der Motor eines Unternehmens!“

Vertriebstrainer Thomas Burzler: Wichtig ist die Mentalität des Stehaufmännchens!

Er ist einer der führenden Experten im Bereich „verkaufende Präsentation“ und „Preisgespräche“ in Deutschland: Thomas Burzler, Geschäftsführer von Sales Motion in Dillingen an der Donau, trainiert erfolgreich namhafte Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Marcus Barnstorf unterhielt sich mit dem Referenten der Fachhochschule Augsburg über die Verkäufer von heute.

**Herr Burzler, welche Eigenschaften muss ein guter Vertriebsmitarbeiter Ihrer Meinung nach haben?**

**Thomas Burzler:** Er sollte drei Dinge beherrschen: Menschenkenntnis, Fachkenntnis und Methodik. Das heißt, er sollte sich gut auf die unterschiedlichen Charaktere seiner Kunden einstellen und ihre Bedürfnisse verstehen können. Dann muss er diese Bedürfnisse anhand seines fachlichen Know-hows mit seinen Produkten und Lösungen abgleichen können, damit er dem Kunden auch das anbieten kann, was der Kunde wirklich will. Und er muss die Methodik des Verkaufs beherrschen von der ersten Akquisition bis hin zu – in manchen Branchen sehr

komplexen – Verkaufsverhandlungen.

**In Ihrer Homepage steht: „Charme, gepaart mit Know-how und konsequenter Vorbereitung gewinnt immer!“ – wie ist diese Aussage zu verstehen?**

**Burzler:** Im Grunde drückt das genau die drei Kernkompetenzen eines Verkäufers aus: Menschenkenntnis, das heißt, Eingehen können auf die verschiedenen Menschen, Fachkompetenz, das heißt Know-how – auch über die Prozesse und Produkte seiner Kunden – und Vorbereitung als ein Teil der Methodik

**„Jedes Nein bringt mich näher an das nächste Ja!“**

Thomas Burzler

im Vertrieb. Wenn ein Verkäufer gut vorbereitet in einen Termin geht und schon vorab erste Informationen zu diesem Kunden vorbereitet hat, dann sein Fachwissen nutzt, um dem Kunden zu zeigen, dass er seine Bedürfnisse auch wirklich erfüllen kann, sodass der Kunde die Argumente auch verstehen und

nachvollziehen kann, hat er schon fast gewonnen. Kann er dann auch noch den Kunden menschlich ansprechen, und da hilft Charme immer denke ich, dann ist er den meisten Wettbewerbern weit voraus.

**Welchen Prozentsatz sollten Charme, Wissen und gute Vorbereitung im Verkauf einnehmen?**

**Burzler:** Alle drei sind gleich wichtig und greifen ineinander – je 33 Prozent. Wenn ein Faktor fehlt, ist es schwierig, den Kunden zu gewinnen.

**Wie hartnäckig muss ein guter Mitarbeiter im Vertrieb und Verkauf sein?**

**Burzler:** Ein Verkäufer muss eine hohe Frustrationstoleranz haben. Ich kenne Branchen, da sind 20 Anrufe notwendig, bevor einmal ein Kunde sagt: „Das interessiert mich.“ Wichtig ist eine Mentalität des „Stehaufmännchens“. Ein Verkäufer motiviert sich am besten daran, dass er weiß: „Jedes NEIN bringt mich näher an das nächste JA.“ Wichtig ist aber auch, rechtzeitig zu erkennen, ob es sich lohnt hier weiter Zeit, und damit Geld, zu investieren. Es gilt, immer wieder zu über-

prüfen: Tue ich das Richtige mit den richtigen Kunden? Ein guter Verkäufer gibt nicht auf, wenn er eine ECHTE Chance sieht, aber er biedert sich auch nicht an und setzt seine Prioritäten anhand seiner Chancenbewertung.

**„Ein guter Verkäufer ist wesentlich für das Überleben eines Unternehmens!“**

Thomas Burzler

**Welchen Stellenwert nimmt ein guter Verkäufer für den Gesamterfolg eines Unternehmens ein?**

**Burzler:** Verkäufer sind der Motor des Unternehmens. Wenn niemand etwas verkauft, produzieren wir für die Halde. Und Verkäufer haben die wichtigste Stellschraube für den Gewinn eines Unternehmens in der Hand: Den Preis! Wenn die Verkaufsmannschaft die Preise um durchschnittlich zwei Prozent verbessert, bedeutet das für die meisten Unternehmen eine Gewinnsteigerung von rund 30 Prozent! Und wenn die Verkäufer zu sehr beim Preis nachgeben, sackt



„Ein guter Verkäufer ist wie Salzsäure, er frisst sich überall durch!“, sagt Thomas Burzler, anerkannter Vertriebstrainer. Foto: [www.sales-promotion.de](http://www.sales-promotion.de)

der Gewinn schnell um den selben Betrag nach unten. Ein Rechenbeispiel von Simon Kucher & Partner zeigt, das von Also: Der Stellenwert der guten Verkäufer, die ständig Kunden für ein Unternehmen dazugewinnen, ihre bestehenden Kunden beim Unternehmen halten und unternehmerisch denken, wenn es um Gewinne und Deckungsbeiträge geht, sind wesentlich für das Überleben eines Unternehmens.