

Wissen | Die "4 R" der Führung

363 1

20

Die 4 Regeln für erfolgreiche Vertriebsführung

von Martin Limbeck



Eine erfolgreiche Vertriebsführung basiert auf klaren Vorgaben (c): stokkete/stock.adobe.com

Wenn Sie den Begriff „Führung“ googeln, erhalten Sie innerhalb von 0,49 Sekunden knapp 81 Millionen Treffer. Geben Sie „Vertriebsführung“ ein, sind es immer noch gut 37.000 Ergebnisse – während Sie gerade einmal geblinzelt haben. Warum ich Ihnen das erzähle? Weil es meiner Ansicht nach nicht die eine, richtige Definition und Art von Führung gibt. Zum Thema erfolgreiche Vertriebsführung hat gefühlt jeder etwas zu sagen und es gibt Führungstheorien wie Sand am Meer. Nichts davon ist per se richtig oder falsch. Sondern immer abhängig davon, was Sie daraus machen.

Jedes Unternehmen ist anders, jede Führungskraft ist anders. Es spielt eine große Rolle, welche Kunden Sie haben, wie groß oder wie klein Ihr Unternehmen ist, auf welche Weise die Zusammenarbeit organisiert ist. Mit anderen Worten: Es gibt eine Menge Faktoren, die einen Einfluss auf Ihren individuellen Führungsstil haben.

Die 4 R für erfolgreiche Vertriebsführung

Aus meiner Sicht braucht es für erfolgreiche Vertriebsführung keine komplizierten Theorien. Ich habe mein eigenes Rezept entwickelt, das ich „Die 4 R der Führung“ nenne. Die „R“ stehen für Respekt – Regeln – Richtung – Rituale. Für mich sind diese vier Basics die wichtigsten Zutaten für Vertriebsführungskräfte in der heutigen Zeit. Eins direkt vorweg: Es handelt sich dabei jedoch nicht um das „Schweizer Taschenmesser“ der Führung, das Ihnen in jeder Situation weiterhilft. Doch die 4 R geben Ihnen eine innere Orientierung, die Sie auf Kurs hält und nach der Sie sich richten können.

1 Respekt – vor jeder Person

Denken Sie immer daran: Die Vertriebsführung hat eine **Leitbildfunktion für Ihre Mitarbeiter**. Leben Sie also vor, was Sie von Ihren Leuten erwarten. Sie möchten, dass Ihre Salesstars im Vertriebsalltag den Menschen in den Mittelpunkt stellen? Dass Ihre Kunden Ihr Unternehmen gerne weiterempfehlen, weil sie sich dort gut aufgehoben und verstanden fühlen?

Respekt fängt bei den ganz simplen Dingen an: Etwa, dass Sie nicht nur Mitarbeitern und Vorgesetzten gegenüber höflich und zuvorkommend sind, sondern ebenso mit Ihren Lieferanten wertschätzend umgehen – und ein paar Worte mit der Reinigungskraft wechseln, die abends die Büros saubermacht. Die Zeiten, in denen sich Führungskräfte gelinde gesagt wie die Axt im Wald benehmen konnten und alle gekuscht haben, sind zum Glück vorbei.

Gerade auch mit Blick auf die junge Generation ist respektvolles Verhalten unerlässlich. Vielleicht

TOP ARTIKEL



Vertriebsführung im B2B-Vertrieb: Diese 7 Praxis-Tipps müssen Sie kennen!

1807 ARTIKELAUFRUFE



Was ist agiler Vertrieb: Sind Vertriebler in Zukunft Jäger oder Beute?

1804 ARTIKELAUFRUFE



Vertriebskennzahlen: Welche KPIs sind die wichtigsten?

1574 ARTIKELAUFRUFE



Vom Hunter zum Farmer – sieht so die Zukunft des Vertriebs aus?

1478 ARTIKELAUFRUFE



Verkäufer in der Doppelrolle als Hunter und Farmer: Wann macht das Sinn?

1241 ARTIKELAUFRUFE

NEWSLETTER

Bleiben Sie mit unserem Newsletter informiert.

Pflichtfelder *

Anrede*

Bitte auswählen

Vorname*

Nachname*

Position*

Bitte auswählen

Email*

Die Informationen, die Sie uns zur Verfügung stellen, werden in Übereinstimmung mit unseren [Datenschutzbestimmungen](#) verwendet. Sie haben die Möglichkeit jederzeit Ihre Angaben zu widerrufen.

Ja, ich möchte den kostenlosen Newsletter der Vertriebszeitung mit Themen und Trends aus der Vertriebsbranche regelmäßig erhalten. *

Ja, ich stimme der Speicherung und Auswertung meiner Nutzerdaten zur Personalisierung des News-Services durch die SUXCEED Sales for your Success GmbH, dem Herausgeber der Vertriebszeitung.de, zu. *

haben Sie es selbst schon am eigenen Leib erfahren: Die Mitglieder der **Generationen Y und Z** haben ein völlig anderes Verständnis von Mitarbeiterführung und Zusammenarbeit im Team.

Nur, weil Sie der Boss sind, heißt das noch lange nicht, dass die Jungen sie auch respektieren. Den Respekt müssen Sie sich verdienen! Andersherum erwarten Ihre Nachwuchsverkäufer jedoch, dass die Vertriebsführung ihnen auf Augenhöhe begegnet. Wer hier Töne der „alten Schule“ anschlägt und auf strikte Aufgabendelegation, penible Kontrolle und null Entfaltungsmöglichkeiten setzt, wird sich eher als ihm lieb ist nach neuen Leuten umsehen müssen.

1 Regeln – Klar in der Sache, verbindlich im Ton

Auch wenn Sie Ihren Mitarbeitern gerne viele Freiheiten lassen möchten – das bedeutet im Umkehrschluss nicht, dass es keine Regeln mehr braucht. Gerade wenn Sie Ihren Leuten mehr Eigenverantwortung geben, sind klare Regeln unerlässlich.

Bestehen Sie darauf, dass Ihre Mitarbeiter alle Informationen, Zahlen und Unterlagen fristgerecht zur Verfügung stellen – nicht nur Ihnen, sondern auch Kollegen und natürlich den Kunden. Der Vertrieb ist der Motor eines Unternehmens. Und nur, wenn alle Rädchen sauber ineinander greifen, läuft die Maschine rund. Soll heißen: Lassen Sie keine Ausflüchte und ständige Entschuldigungen gelten.

Geteilte Verantwortung kann nur funktionieren, wenn jeder Zugriff auf alle für ihn notwendigen Informationen hat. **Und was die Entschuldigungen angeht:** Damit meine ich nicht, dass Fehler nicht in Ordnung sind. Fehler sind wichtig und wertvoll! Vorausgesetzt, Ihre Leute lernen daraus und machen nicht die gleichen Fehler nochmal. Hier sind Sie als Vertriebsführung gefragt, eine klare Fehlerkultur zu vertreten. Dazu gehört auch, dass Sie sich vor Ihren Mitarbeiter stellen und so verhindern, dass er vor Kunden oder Kollegen bloßgestellt wird.

Klingt anstrengend? Klar ist es verlockend, öfter mal ein Auge zuzudrücken und bei den Mitarbeitern deswegen beliebt zu sein. Doch nett ist der kleine Bruder von ... Sie wissen schon. Wer heute noch Everybody's Darling ist, kann morgen schon Everybody's Depp sein. Ihre Mitarbeiter sagen stattdessen über Sie, dass Sie konsequent sind, dabei jedoch immer fair und gerecht? Dann haben Sie alles richtig gemacht.

1 Richtung – Wo wollen Sie eigentlich hin?

Die Vertriebsführung hat die Aufgabe, die Agenda zu setzen und klar zu kommunizieren, wo die Reise hingehen soll. Für sich selbst, Ihr Team und Ihre Mitarbeiter. Sie sind der Boss, Sie legen die Prioritäten und Ziele fest.

Ich treffe immer noch Chefs der „alten Garde“, die der Ansicht sind, dass die „großen Ziele“ die Mitarbeiter nicht zu interessieren haben. Weil die „einfach ihren Job machen“ sollen. Ganz ehrlich: Ich halte das nicht für sinnvoll. Gerade mit Blick auf die jungen Mitarbeiter, die sehen wollen, was sie mit ihrer Arbeit für einen Beitrag leisten.

Natürlich müssen Sie sich als Vertriebsführung erst einmal selbst klar sein, wohin Sie wollen: Streben Sie eine bestimmte Umsatzgröße an? Wollen Sie den Marktanteil vergrößern oder sogar zum Marktführer werden? Ist die Marktführerschaft in bestimmten Zielgruppen und / oder Marktsegmenten Ihr Ziel?

Und in welchen Zeiträumen wollen Sie was schaffen? Denn ein kurzfristiges Unternehmensziel verlangt selbstverständlich andere Vertriebsstrategien als nachhaltige, längerfristige Wachstumsziele. Aus diesen Unternehmenszielen leiten Sie die Vertriebsziele ab, brechen sie herunter und formulieren daraus die Ziele für sich selbst und die für Ihr Team.

Auch das Thema Weiterbildung gehört dazu: Sie werden Ihre Ziele nicht erreichen, indem Sie schwächere Verkäufer ständig schubsen und die guten laufen lassen. Was stattdessen Wunder wirkt, sind individuelle Motivatoren und wertschätzendes Feedback – bei Ihren Topsellern ebenso wie bei den durchschnittlicheren Mitarbeitern.

1 Rituale – Gemeinsam feiern und motivieren

Während Misserfolge oftmals akribisch analysiert und breitgetreten werden, werden viel zu viele Erfolge von Führungskräften kurz abgenickt. Frei nach dem Motto: „Nicht geschimpft, ist genug gelobt!“ Das geht absolut nicht!

Für mich ist es selbstverständlich, mit meinen Leuten zu feiern – um meine Anerkennung und Wertschätzung zum Ausdruck zu bringen. Und damit meine ich nicht nur das Dinner, wenn das Jahresumsatzziel erreicht wurde.

Um die Motivation und Begeisterung Ihrer Verkäufer aufrecht zu erhalten, sind es gerade die kleinen Gesten und Rituale, die viel bringen. Bei uns im Office hängt beispielsweise eine „Umsatzglocke“, die jeder Mitarbeiter läuten darf, sobald er einen Auftrag klargemacht hat. Und es kommt auch häufig vor, dass wir uns im Anschluss alle gegenseitig abklatschen. Einer für alle, alle für einen! Oder wie wäre es mit einer Urkunde oder einem Pokal für den „Umsatzriesen des Monats“? Mag abgedroschen klingen – doch ich versichere Ihnen, der Gewinner wird stolz wie Oskar sein!

Als hilfreich erachte ich auch Rituale, die das Team insgesamt anspornen und jeden einzelnen Mitarbeiter individuell motivieren. Die Akquise einer bestimmten Zahl von Neukunden in die

ANMELDEN

BUCHTIPPS

Limbeck. Vertriebsführung.



Das Standardwerk für Sales Management! Die Digitalisierung hat den Vertrieb revolutioniert. Wer seine Produkte und Dienstleistungen verkaufen möchte, muss sich heute mehr einfallen lassen als noch vor zehn Jahren. Vertriebler haben es mit einem neuen Kundentyp zu tun, der durch das Internet bestens informiert ist und genau ...
[Weiterlesen...](#)

BESUCHEN SIE UNS AUF **XING**

XING
Vertrieb & Verkauf

LETZTE KOMMENTARE

Vielen Dank Martin das ist der Grund, warum in vielen Unternehmen nicht die Mitarbeiter ins Training ... **by König, Helmut**

Ergeiz kann auch das Gehirn vernebeln und zu falschen Entscheidungen führen (Mobbing für die Karriereleiter, ... **by König, Helmut**

Bei "Tipps für den richtigen Umgang" unter dem Abschnitt für den blauen Kunden ist plötzlich ... **by SN**

Leider wurde hier eine Sache nicht bedacht. Es ist auch im B2B nur in Ausnahmefällen ... **by Andreas Kandschur**

Zielvereinbarung aufzunehmen ist professionell – dass der Mitarbeiter seine Wunschkundenliste jedoch sichtbar auf seinem Schreibtisch platziert oder an die Wand gegenüber seinem Arbeitsplatz hängt, wo er sie immer wieder vor Augen hat, ist Motivation pur.

Unter den Punkt „Rituale“ fallen für mich auch Social Incentives: Was kann die Vertriebsführung für die Mannschaft tun, um das Gemeinschaftsgefühl zu stärken? Und nicht nur dann, wenn es um die Erfüllung der Umsatzzahlen geht. Ich möchte, dass meine Leute Spaß an ihrem Job haben und morgens gerne zur Arbeit gehen.

Wir veranstalten regelmäßig Grillabende, in der Küche steht für alle Mitarbeiter ein voller Kühlschrank mit gesunden Snacks, neben Mineralwasser und Co. gibt es Kaffee bis zum Abwinken

...

Was können Sie tun, um sich von anderen Unternehmen zu unterscheiden? Falls Sie im Rheinland ansässig sind, wäre doch ein freier Tag an Altweiber und / oder Rosenmontag eine schöne Geste. Möglichkeiten gibt es viele, probieren Sie es aus – und denken Sie über den Tellerrand hinaus!

Ein Fazit

Mit den 4 R schaffen Sie als Vertriebsführung ein starkes Fundament für Ihren Führungsalltag im Vertrieb. Mitarbeiterführung bedeutet, dass Sie Ihren Mitarbeitern Orientierung geben, was die Vertriebsziele betrifft, und sie auf dem Weg dorthin unterstützen und ermutigen. Und dafür brauchen Ihre Verkäufer Ihren Respekt, Ihre Regeln, die Richtung, in die Sie gehen wollen, und Ihre Rituale.



Vertriebsführung im B2B-Vertrieb: Diese 7 Praxis-Tipps müssen Sie kennen!

Aktuelle Schlagworte wie „Agiler Vertrieb“ und „Vertrieb 4.0“ suggerieren: Im Vertrieb muss alles anders werden! Dies ist im B2B-Vertrieb meist nicht der Fall. Doch auch hier sollte man regelmäßig reflektieren, was die Fundamente einer erfolgreichen Vertriebsführung sind. 7 Praxis-Tipps für erfolgreiche Vertriebsführung im B2B-Vertrieb 1. Das Rollenverständnis einer modernen, agilen Vertriebs-Führungskraft Wann hat eine Führungskraft im Vertrieb ihren Job „richtig gut“ gemacht? Wenn die Mitarbeiter ihren „Chef“ im Arbeitsalltag nicht brauchen! Das heißt, die Vertriebsmannschaft, Innen- und Außendienst, bildet ein Team, ist hoch motiviert und so organisiert, dass sie eigenständig das Richtige richtig tut. „Meine Vertriebsmannschaft braucht mich nicht mehr“ ...
weiterlesen

 Vertriebszeitung

 0 



MARTIN LIMBECK



Martin Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Experte für Blended Learning Systeme und einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufsspezialisten auf internationaler Ebene. Seit über 25 Jahren begeistert er mit seinem Insider- Know-how und praxisnahen Strategien Mitarbeiter aus Management und Verkauf. Für seine innovativen und nachhaltigen Angebote wie den LOOP-Prozess® und die Martin Limbeck® Online Academy wurde er mit dem Großen Preis des Mittelstandes der Oskar-Patzelt-Stiftung ausgezeichnet.

