

Top of the World

02/2021

UNITED NETWORKER

WE THINK GLOBAL

Das Magazin für die wirklichen Macher:INNEN

Ashton Kutcher

Hollywoodstar, Investor und erfolgreicher Gründer



re und Co. profitieren davon, dass sie ihre Produkte für die Kunden erlebbar machen. Sie können sie anfassen, auf Herz und Nieren prüfen und sämtliche Fragen stellen, die ihnen in den Sinn kommen.

Doch Direktvertrieb ist noch so viel mehr als Thermomixvorführungen und Tupperparties! Gerade, wenn es um Dienstleistungen geht, die nicht greifbar sind, ist der Direktvertrieb auch in digitalen Zeiten ein attraktiver Vertriebsweg. Ich habe selbst im vergangenen Herbst mit der ANABIKO ein Tochterunternehmen gegründet, das im Direktvertrieb tätig ist. Unser Business besteht darin, dass wir Unternehmen top-ausgebildete Vertriebsteams zur Verfügung stellen, die dann für sie an die Tür gehen. Und dort sind wir aktuell besonders stark in der Energiebranche vertreten. Dort gibt es einen riesigen Bedarf! Klar kannst du deinen Stromvertrag auch online wechseln. Spaß macht das allerdings wenig. Und gerade ältere Menschen oder solche, die einfach keine Zeit oder Lust haben, sich mit dem Thema zu beschäftigen, wissen oft gar nicht, wo sie anfangen sollen. Hier kommt ein Ansprechpartner aus Fleisch und Blut genau richtig, der geduldig jede Frage beantwortet, sich mit den verschiedenen Tarifen auskennt und auch noch den lästigen Papierkram übernimmt. Auch der psychologische Aspekt sollte nicht außer Acht gelassen werden: In den eigenen vier Wänden ist der Kunde in der Regel entspannter – daher fällt es ihm leichter, offen zu sprechen und Fragen zu stellen. Die positive Auswirkung: Nach der umfassenden, persönlichen Beratung durch einen Vertriebsmitarbeiter fühlt sich der Kunde wesentlich besser informiert, entsprechend gering ist der Prozentsatz der Stornierungen.

wird bei uns großgeschrieben, denn wir möchten sowohl unsere Auftraggeber als natürlich auch die Endkunden mit der Qualität und Performance unserer Verkäufer begeistern. Was bringt es dir, wenn ein Direktvertriebsteam schnell wächst – die Hälfte der Leute jedoch noch nie etwas verkauft hat und nur wegen des versprochenen Geldes sein Glück versucht? Solche Leute sind auch genauso schnell wieder weg. Und eine schlechte Performance beim Kunden fällt zwangsläufig auf dich als Unternehmen zurück und ist daher ein absolutes No-Go.

Direktvertrieb klappt auch remote

Zugegeben, die vergangenen 15 Monate waren für den Vertrieb branchenübergreifend nicht leicht. Viele Unternehmen konnten nur noch remote mit ihren Kunden in Kontakt treten. Remote Sales funktioniert auch im Direktvertrieb. Vorausgesetzt, die Verkäufer sind im Umgang mit der Technik fit und können ihre Präsentation ansprechend gestalten und für den Kunden greifbar machen. Anstatt abzuwarten, haben wir diesen Vertriebsweg direkt mit aufgebaut: Alle unsere Verkäufer durchlaufen eine Ausbildung zum Certified Remote Seller*, um die Grundlagen des digitalen Verkaufens draufzuhaben und ihre Kunden auch in virtuellen Terminen zu begeistern. Doch wir sind alle froh, dass sich die Situation jetzt langsam wieder normalisiert und wir ohne Bedenken in die Fläche gehen können. Verkaufen ist und bleibt ein Geschäft zwischen Menschen – und das wird nach wie vor gerne persönlich geschlossen. ■

Der Erfolg steigt und fällt mit den Mitarbeitern

Das bedeutet im Umkehrschluss allerdings nicht, dass jedes Unternehmen mit einem Direktvertrieb Erfolg hat. Es kommt nicht nur auf die Produkte an, sondern vor allem auf die Mitarbeiter. Umgangssprachlich ist leider immer noch oft von „Drückerkolonnen“ die Rede und viele Menschen fürchten, beim Haustürgeschäft etwas aufgeschwatzt zu bekommen. Die Ursache liegt für mich im System. Seriöses Recruiting ist für mich das A und O. Bei der ANABIKO werden nur Mitarbeiter eingestellt, die hundertprozentig ins Team passen. Und sie gehen erst dann in die Fläche, nachdem sie eine intensive Schulung durchlaufen haben. Sie werden kontinuierlich von erfahrenen Vertriebsprofis begleitet, die Feedback geben und die Berater kontinuierlich schulen. Weiterbildung

Martin Limbeck

Martin Limbeck ist Inhaber der Limbeck® Group und einer der führenden Experten für Sales und Sales Leadership in Europa. Gemeinsam mit seinem Team begleitet er Unternehmen dabei, ihre Mannschaft fit für Next Generation Sales zu machen. www.limbeckgroup.com



Persönlicher Kontakt überzeugt!

Warum der Direktvertrieb auch in digitalen Zeiten Bestand hat

Text: Martin Limbeck

„Was assoziieren Sie mit Direktvertrieb?“ Die meisten Menschen antworten auf diese Frage mit dem Namen eines der großen Direktvertriebsunternehmen wie Tupperware oder Vorwerk. Dabei gibt es noch weit mehr Unternehmen, die auf den Direktvertrieb als ihren Draht zum Kunden setzen. Laut des BDD, dem Bundesverband Direktvertrieb Deutschland, sind aktuell rund 932.000 Menschen hierzulande im Direktvertrieb tätig. Tendenz steigend! Denn entgegen der Annahme, dass der Direktvertrieb im Zuge der Digitalisierung den Kürzeren zieht, steigt in einigen Branchen der Bedarf der Kunden an persönlicher Beratung.

Gegenpol zum Online-Trend

Aus meiner Sicht ist das gar nicht so verwunderlich. Denn wer hat gesagt, dass jeder Kunde zwingend online kaufen möchte? Es gibt immer noch genug Menschen, die von der Anonymität des Netzes abgeschreckt werden. Du kennst es sicher selbst, wenn du dich über ein Produkt informierst. Du googelst, liest Bewertungen – und nach drei Stunden weißt du nicht mehr, wo dir der Kopf steht. Klar kannst du deine Bestellung immer noch retournieren, wenn sie dir nicht gefällt. Doch das ist auch wieder mit Aufwand verbunden. Unternehmen wie Tupperwa-