

## EDITORIAL

### Der Fleißige schlägt das Talent

„Zum Verkäufer muss man geboren werden.“ – Eine These, an die nicht nur Verkäufer, sondern auch immer noch viele Unternehmer und Führungskräfte glauben. Dabei ist es genau umgekehrt: Langfristig schlägt der Fleißige das Talent. Es gibt talentierte Menschen, und es gibt erfolgreiche Menschen. Was die beiden unterscheidet: ihre Einstellung und harte Arbeit. So auch im Sport: Ein Cristiano Ronaldo spielt sein Team nicht unter die besten Fußballmannschaften der Welt, nur weil er mit dem Ball umgehen kann. Michael Schumacher wurde nicht sieben Mal Weltmeister, nur weil er einen Führerschein hat und in die Formel 1 aufgestiegen ist. Was den Erfolg dieser beiden Ausnahmesportler ausmacht: knallhartes, diszipliniertes Training – und das jeden Tag. Für den langfristigen Erfolg ist nicht das Talent entscheidend, sondern Motivation, Einstellung und eiserne Disziplin. Das gilt auch im Verkauf: Ohne Training kein Abschluss, ohne Abschluss kein Erfolg. Spitzenverkäufer müssen Gas geben, müssen ständig am Ball bleiben. Akquirieren, akquirieren, akquirieren lautet die Devise.

Verkäufer sollten ihre Job lieben, absolut richtig. Naturtalente müssen sie deshalb aber nicht sein. Unternehmer und Führungskräfte im Vertrieb sollten endlich verstehen, dass Training wichtiger ist als Talent. Und Training bedeutet nicht nur, dass Verkäufer ihre Akquise stetig wiederholen und verbessern. Training bedeutet auch, dass Unternehmen in effektive Weiterbildung investieren. Regelmäßige Kick-off-Veranstaltungen, Seminare und Training on the job: Frischer Wind von außen sorgt immer wieder für neue Impulse und steigert die Motivation im Vertrieb. Spitzenverkäufer brauchen dauerhaft die Unterstützung ihres Teams.

Unternehmen dürfen nicht am falschen Ende sparen. Sie müssen in ihre Leute investieren und die PS gemeinsam auf die Straße bringen. Viele Firmen haben ihre Mitarbeiter in den herausfordernden Zeiten auf „die Zeit danach“ vorbereitet. Diese Verkaufsmannschaften starten nun gestärkt in die Zukunft. Wer den Zug nicht verpassen will, der muss schnell handeln. Jetzt liegt es an den Führungskräften, ihr Team aus dem Jammertal zu holen. Jetzt beginnt die Konjunktur der Tüchtigen. Jetzt ist der beste Zeitpunkt für eine erfolgreiche Akquise. Es bleibt dabei: Langfristig schlägt der Fleißige das Talent. Starten Sie durch – jetzt!

Ihr  
**Martin Limbeck**  
 Herausgeber

### DEUTSCHER MARKETING-VERBAND e.V.:

## Innovationen im Pricing

**Für ihre Dissertation „Innovationen im Pricing“ erhält Dr. Ju-Young Kim den Wissenschaftspreis des Deutschen Marketing-Verbandes.**

Ziel der Dissertation ist es zum einen, das theoretische Verständnis der beiden Preismechanismen, Pay-What-You-Want (PWYW) und ESA (Entertainment-Shopping-Auktion), für die wissenschaftliche Literatur neu zu entwickeln und deren Verwendung in der Praxis zu untersuchen. Zu beiden Mechanismen gibt es bislang kaum Studien. Vor allem durch die Entwicklung des Internets spielen – neben der bisher gebräuchlichsten Form der Preisbestimmung durch Vorgabe fixer Preise – zunehmend auch dynamische, sogenannte partizipative Preismechanismen eine Rolle. Diese binden potentielle Kunden aktiv in den Preisfindungsprozess ein und fördern so die Interaktion zwischen Käufer und Verkäufer. Im Ergebnis zeigt die Arbeit, dass der Einsatz innovativer Preismechanismen, die zunächst aus Sicht des Verkäufers ungünstig wirken, durchaus die Möglichkeit bietet, neue Kunden zu gewinnen und den Umsatz zu steigern.

[www.marketingverband.de](http://www.marketingverband.de)

## TERMINE

30.03.2011, MÜNCHEN

### 8. Sales-Marketing-Messe

Jede Firma lebt vom Vertrieb. Ein Produkt oder eine Dienstleistung kann noch so gut sein. Wenn sie nicht verkauft wird, ist sie wertlos. Durch Google & Co. hat sich das Kaufverhalten der Kunden radikal geändert. Wie die Marketing- und Vertriebsabteilungen auf diese Herausforderung reagieren sollen und müssen, zeigt die Veranstaltung auf. Es wird ein kompaktes Informationsangebot für Unternehmer geboten, denn der muss mit Zeitplanung haushalten. Unter dem Motto „Kunden finden – Kunden binden – Impulse für den Vertrieb“ präsentieren im Vortragsforum Referenten Vorträge zu den Themen: Onlinemarketing: SEM, Webanalyse, E-Mail-Marketing, Social Media sowie CRM: Databasemarketing, E-Commerce, Mobile CRM und Dialogmarketing: Adressen, Marktforschung, Lettershop, Digitaldruck.  
[www.sales-marketing-messe.de](http://www.sales-marketing-messe.de)

07.04.2011, KÖLN

### VERGESSEN. VERKANNT. VERGEUDET. Ältere Kunden sind Edelmetall

Special Guest: Renate Schmidt, Bundesministerin a.D. für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.  
 In Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gewinnen die Alten die Oberhand. Die deutsche Gesellschaft altert in einem unvorstellbaren Ausmaß und das Gesicht der Bevölkerung verändert sich radikal. Der Kongress in der Kölner Marienburg sensibilisiert und zeigt Praxisbeispiele für den Umgang mit der Bevölkerungsgruppe, die wie keine andere über das Überleben der Finanzunternehmen entscheiden wird.  
[www.Wettlauf-um-die-Alten.com](http://www.Wettlauf-um-die-Alten.com)

11.-12.04.2011, WIESBADEN

### Deutscher Online-Handelskongress + ONLINE Expo 2011

Unter dem Motto: Online gewinnt – What' next in E-Retail? präsentieren mehr als 80 (inter-)nationale Entscheider und Experten Best Cases und Perspektiven. Es referieren u. a. Vertreter von Tesco, Weltbild, Staples, Karstadt, real, Beiersdorf, Coca-Cola, brands4friends, Spreadshirt, Stylight, swoopo.  
[www.conferencegroup.de/dohk11](http://www.conferencegroup.de/dohk11)