

Home (/) > BAV-Newsletter Übersicht (/nl123ba456) > Archiv (/nl123ba456/uebersicht) > Juni 2016 (/nl123ba456/uebersicht/06\_2016) > BAV-Sales Tipps: Abkürzung im Firmengeschäft

# Sales-Tipp Teil 3: Der lange Weg bis zum Abschluss – wir zeigen Ihnen eine Abkürzung!



Oft kann der Weg bis zum Abschluss sehr langwierig werden. Die Folgen liegen auf der Hand: Die Motivation nimmt ab und es führt zur Aufgabe des Vorhabens. Im dritten Teil der BAV Sales-Tipps Serie, zeigt Ihnen Alfons Breu eine Möglichkeit, den langen Weg bis zum Abschluss abzukürzen.

## Teil 3 der Sales-Tipp Serie

Im ersten Teil unserer Sales-Tipp Reihe von Alfons Breu ging es um die Frage: „Wie kommt man zu mehr Abschlüssen nach der Angebotsphase.“ (/nl123ba456/uebersicht/02\_2016/sales) Nach Teil 2 im März-Newsletter „Wie kann man den Abschlusskiller Nummer 1 umgehen“ (/nl123ba456/uebersicht/04\_2016/salestipp), folgt nun der dritte Teil der Sales-Tipp Serie: „Der weite Weg zum Abschluss – doch wie kann man ihn abkürzen?“

## Der Weg ist weit

Der Abschluss im Firmengeschäft, gerade wenn es um große Volumen geht, dauert meistens länger als bei PrivatkundInnen. Wer dieses Handwerk beherrscht, hat gut zu lachen. Zum einen ist das Firmenkundengeschäft ein Markt mit weniger Wettbewerb, da sich viele das Geschäft nicht zutrauen. Zum anderen, kann man den weiten Weg mit einem systematischen Verkaufsansatz leicht abkürzen.

## Langjähriger Prozess

## Der Verkaufstrichter am Beispiel BAV

Der Verkaufstrichter ist in vier Ebenen aufgeteilt und kann beliebig eingeteilt werden. Hier sehen Sie, wie ein typischer Verkaufstrichter im BAV-Geschäft aussehen könnte.

### Ebene 1

#### Ebene 2

Zielmarkt identifizieren

Über dem Trichter

Alle Unternehmen im Verkaufsgebiet, die für eine BAV in Frage kommen.

Alle Unternehmen, bei denen ein persönlicher Kontakt ergeben hat, dass grundsätzlich Interesse an der BAV besteht.

#### Ebene 3

Im mittleren Firmensegment dauert, laut BAV-SpezialistInnen, ein Verkaufsvorgang zur Platzierung der betrieblichen Altersvorsorge im Durchschnitt rund zwei Jahre. Bei großen Unternehmen sind es sogar vier bis sieben Jahre. Da kann man schon einmal den Überblick verlieren. Es gibt jedoch ein bewährtes Werkzeug zum Managen von einzelnen bzw. mehreren Verkaufsvorgängen: Den **sogenannten Verkaufstrichter**.

## Der Verkaufstrichter

Der Verkaufstrichter ist ein klar definierter Verkaufsprozess, der in mehreren Etappen unterteilt ist. Analog zum Value Investing, eine wirksame Methode im Anlagemanagement, bietet der Verkaufstrichter meistens überragende Verkaufsergebnisse im Firmenkunden-Segment.

### In Etappen planen

Wenn der Weg zum Ergebnis weit ist, sollte man auf die Art der Zielsetzung achten. Vor einigen Jahren wurde an amerikanischen Olympia-Stützpunkten der Einfluss der Zielsetzung auf das sportliche Ergebnis untersucht. Die SportlerInnen wussten nichts von diesem Test. Quer über alle Sportarten wurden drei Gruppen gebildet:

- Gruppe 1: Keine wirkliche Beeinflussung
- Gruppe 2: Beeinflussung durch ergebnisorientierte Ziele
- Gruppe 3: Beeinflussung durch aktionsorientierte Ziele

Der Unterschied zwischen Gruppe zwei und drei ist die besondere Art der Zielsetzung. Bei ergebnisorientierten Zielen konzentriert man sich auf das Ergebnis – in unserem Fall den Abschluss. Der Weg dorthin ist weit – es gibt zahlreiche Möglichkeiten aufzugeben. Bei den aktionsorientierten Zielen werden innerhalb von kürzeren Zeiträumen klare Ziele gesetzt. Am besten schnitten die Sportler der Gruppe 3 – mit aktionsorientierten Zielen – ab. Der Effekt liegt klar auf der Hand: Die Zwischenerfolge motivieren zum Weitermachen, beim Sport wie im Firmengeschäft. Der Verkaufstrichter basiert auch auf dieser Methodik. Er richtet die Konzentration nicht auf das Endergebnis alleine sondern auf die erfolgsnotwendigen Zwischenschritte, die am Ende dann zum Erfolg führen sollten.

Zielmarkt  
identifizieren

Im Trichter

Alle Unternehmen im Verkaufsgebiet, die für eine BAV in Frage kommen.

Alle Unternehmen, die tatsächlich eine BAV als Mitarbeiter-Zusatzleistung in Betracht ziehen.

### Ebene 4

Zielmarkt  
identifizieren

Die wenigen Besten

Alle Unternehmen im Verkaufsgebiet, die für eine BAV in Frage kommen.

In diesem Stadium ist der Entscheider kontaktiert, alle Details geklärt. Der Faktor Zufall ist auf ein Minimum reduziert.

## Hohe Erfolge mit dem Verkaufstrichter

Mit dem systematischen Verkaufsansatz werden **weltweit 35 Prozent der Verkaufsvorgänge zu Verkaufserfolgen**. Wenn Sie zum Beispiel derzeit neun „BAV Big Deals“ in Ihrem Trichter haben, werden Sie – Methode und Disziplin vorausgesetzt – drei Geschäfte abschließen. Mit dem Verkaufsansatz erhöhen Sie nicht nur den Verkaufserfolg, sondern Sie reduzieren auch die durchschnittliche Verkaufsdauer um 20 Prozent.

## Selbstmotivation und Übung sind erforderlich

Natürlich ist die Theorie meistens leichter beschrieben als es sich umsetzen lässt. Der systematische Verkaufsansatz ist zwar ein einfach anwendbares Verfahren, jedoch erfordert die Anwendung zu allererst eine Überprüfung der eigenen Einstellung zum Verkauf und zum Firmengeschäft, was mit einer anschließenden Verhaltensänderung verbunden sein kann. Wer das alte Bild von der Verkäuferpersönlichkeit hegt, also das Bild, dass die Kunden wegen „ihm“ kaufen, steht sich im komplexen Firmengeschäft selbst im Weg. Dann bleibt es eben ein weiter Weg.

## Zum Autor:

**Alfons Breu**

Vertriebscoach mit  
Schwerpunkt  
Firmengeschäft, intensiv  
im BAV Segment tätig



Der bayerische  
Dienstleister b2b coach  
GmbH & Co. KG ist auf  
das Gewinnen von  
Aufträgen im komplexen  
Firmengeschäft konzentriert. Fünf Coaches mit  
unterschiedlichen Kompetenzen stehen als  
zusätzliche Vertriebskapazitäten zur Verfügung.  
Der von b2b coach entwickelte systematische  
Verkaufsansatz wird in Praxis-Workshops und im  
Big Deal Coaching an konkreten  
Verkaufsvorgängen vermittelt.

b2b coach GmbH & Co. KG  
[www.b2b-coach.de](http://www.b2b-coach.de) (<http://www.b2b-coach.de>)

› **Zu den weiteren Artikeln im Newsletter** ([/nl123ba456/uebersicht/06\\_2016/](/nl123ba456/uebersicht/06_2016/))