

■ Im derzeitigen wirtschaftlichen Umfeld erscheint nichts mehr stabil. Eine ständige Flut an unüberschaubaren Technologieinnovationen. Ein Trommelfeuer von pessimistischen Medienberichten. Shareholder Value hat eine kollektive „Kurzfristdenke“

Wichtig in schwierigen Zeiten ist es, eine Win-Win-Situation auf beiden Seiten der Partner zu entdecken und diese zu erreichen. Dies kann z. B. dazu führen, einzelne Abstriche in Details zu akzeptieren, um ein Gesamtpaket abzusichern und Durststrecken mit

Innovative Technik dient als Mittel zum Zweck. ICT bildet die Grundlage, auf deren Basis branchenübergreifende Probleme zielgerichtet adressiert werden.

Berater stabilisieren ergänzend mit innovativen Ansätzen, die zu Big Deals führen.

Big Deals werden systematisch und gut vorbereitet gewonnen. Es geht um das Orchestrieren von Einzeldisziplinen, die Kommunikationskompetenz, die Persönlichkeit und die Art und Weise eines agierenden Sales Managers. Projektentscheidungen fallen oft nicht über die Fachlichkeit einer einzelnen Disziplin, sondern nach Vertrauen, Erfahrung, Zukunftsfähigkeit einer TK/IT-Lösung und dem partnerschaftlichen Umgang miteinander sowie vieler weiterer Faktoren.

Ihr Sales Force entscheidet über den Erfolg und das Wohlergehen Ihrer Firma – gerade in Zeiten der Herausforderung! ■

Dipl.-Wirtschaftsingenieur
Reinhold Weber
Geschäftsführer
Reinhold Weber Consulting
Group GmbH



Log in

Sales – die vergessene Königsdisziplin

Reinhold Weber

produziert. Topmanager mit grenzwertigen Halbwertszeiten und ohne Vision wirken wie „Getriebene“.

Was hat dies alles mit Sales zu tun?

Sales wird derzeit unterschätzt! Somit ist die Lage oft kritisch. Denn nicht kurzfristiges, verteidigendes „Reagieren“, sondern antizyklisches, strategisches „Konzentrieren“ bringt Vertriebs Erfolg.

Es geht um die Beherrschung der „Rituale“, die Überzeugungskraft und das Rollenspiel und nicht um die geplanten Größen, die ein Accountplan beschreibt. Die Spontaneität und Entscheidungsfähigkeiten des verhandelnden Sales Managers sowie seine Erfahrungen aus vielen Projekten sind wichtig.

Dieser „arme Kerl“ – oder auch „Top-Prof“ – benötigt alle Stärkungen des Backoffices, der Produktion und des Managements.

unkonventionellen Entscheidungen gemeinsam zu durchstehen. Der Sales Manager als strategischer Verkäufer führt alles auf den einen Punkt der Entscheidung zu. Er sichert so das Geschäft mittel- und langfristig ab. Er muss den letzten entscheidenden Schritt ganz alleine gehen (oft in einer einzigen logischen Sekunde!) und zum Erfolg aller Beteiligten führen.

Die jeweiligen technologischen Fähigkeiten eines Unternehmens sind eine selbstverständliche Voraussetzung und stellen die Würze einer Lösung dar. Hier kann der Account Manager viel mehr Potenziale heben. Integrierte, konvergente Sales Strategien verbinden Elemente wie Innovation, Prozesse, Technologie und Business Development zu einem Ganzen.

Wir erleben aktuell in der Logistik, dem Public- und Gesundheitsbereich, der Automobilindustrie sowie Telekommunikation und IT Veränderungsprozesse.