

# Vertrauen schaffen, Verbindlichkeit leben: Die unsichtbaren Treiber des Erfolgs

von Fabian Vollberg

## Kurzübersicht

- o Verbindlichkeit, Vertrauen und Vertriebs Erfolg gehen Hand in Hand – gestern, heute, morgen.
- o Das Niveau von Verbindlichkeit und Vertrauen in der eigenen Vertriebswelt ist eine gute Spur zu Wachstumsbremsen und -potenzialen.
- o Es sollte gelten: Lieber verliert man ein Geschäft, als Vertrauen.



Verbindlichkeit ist das Fundament jedes Vertrauens und Vertrauen der Grundbaustein jedes Vertriebs Erfolgs. Lieber verliert man ein Geschäft, als Vertrauen - denn ohne Vertrauen kommt nie mehr ein Geschäft. Mit dieser Daumenregel lässt sich umschreiben, wie in den Vertriebsprojekten mit unseren Klienten Vertrieb gedacht und gelebt wird.

Bei allen Trends und substanziellen Veränderungen, die der zeitgemäße Vertrieb immer wieder erlebt, bleiben die Grundzutaten für den Wachstums- und Vertriebs Erfolg eines Unternehmens weitgehend unverändert: Es braucht ein zu den Bedürfnissen der gewählten Zielgruppe passendes Leistungsangebot, einen Kunden, der darauf aufmerksam (gemacht) wird und der - geleitet durch den Vertrieb - realisiert, dass durch das Angebot seine Bedürfnisse befriedigt werden sowie die Entscheidung für dieses Leistungsangebot und damit gegen alle anderen Alternativen, für die man sich stattdessen entscheiden könnte. All dies funktioniert nicht - oder nur sehr kurzfristig ohne Vertrauen. Einen Vertrauensvorschuss, zu Beginn der Zusammenarbeit und gewachsenes Vertrauen, nach der erfolgreichen Leistungserbringung.

Wenn wir die wesentlichen Maßnahmen in Vertriebsprojekten auf die Essenz reduzieren, dann zielen die meisten darauf Vertrauen zu stärken und Verbindlichkeit zu erhöhen: Interne Schnittstellenvereinbarungen sorgen für erhöhtes Vertrauen und Verbindlichkeit und dadurch für bessere, schnellere, reibungsärmere Ergebnisse. Vertriebsprozesse erhöhen die Verbindlichkeit Best Practices festzustellen, weiterentwickeln und umzusetzen. Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Vertriebsführung zahlen ebenfalls auf Verbindlichkeit und Vertrauen ein. Ich denke, die Idee zeigt sich eindeutig.

Jetzt sind Sie an der Reihe. Wenn Sie herausbekommen möchten, an welchen Stellen die größten Bremsen und die größten Potenziale in Ihrem Vertrieb schlummern, dann durchdenken Sie die folgenden Dimensionen und bewerten Sie die Faktoren „Vertrauen“ und „Verbindlichkeit“ der je-

weils handelnden Personen zueinander und miteinander auf einer Skala von 1 (Sehr schlechte Verbindlichkeit; Ausgesprochen niedriges Vertrauen) bis 10 (Jede Zusage wird eingehalten; Ein starkes, gewachsenes Vertrauensverhältnis besteht). Die nachstehenden Fragen können Sie als Orientierung verwenden. Kommen Sie zu einer niedrigen Bewertung in einer Dimension, nehmen Sie diese gründlich unter die Lupe. Besser heute als morgen:

o **Interne Dimension:** Wie ist es um die Verbindlichkeit und das Vertrauen der handelnden Vertriebsmitarbeiter untereinander bestellt? Wie schaut es zwischen Vertriebsführung und Vertriebsmitarbeiten aus? Wie verbindlich und ausgeprägt ist das Vertrauen zwischen Vertrieb und anderen Einheiten im Unternehmen? Wie bewerten Sie das Selbstvertrauen und die Verbindlichkeit der einzelnen Vertriebsmitarbeiter individuell?

o **Vertriebsprozess:** Wie verbindlich wird der Vertriebsprozess eingehalten? Wie gut wird immer wieder Verbindlichkeit im Vertriebsprozess erzeugt? Wie viel Vertrauen haben Sie in die Wirksamkeit des Vertriebsprozesses? Wie verbindlich ist der Vertriebsprozess überhaupt beschrieben?

o **Kundenperspektive:** Wie verbindlich werden Zusagen an den Kunden eingehalten? Wie verbindlich verhalten sich Kunden im Zusammenspiel mit Ihrem Unternehmen? Wie schätzen Sie das Vertrauen von Interessenten, Neukunden und langjährigen Kunden im Durchschnitt ein? Wie ist es um das Vertrauen der individuellen Kunden – ggf. auch fokussiert auf Schlüsselkunden – bestellt?

Nehmen Sie diese Systematik als Startpunkt für Ihre Erörterungen. Wenn Sie einmal begonnen haben die Vertriebswelt durch den Filter von „Verbindlichkeit“ und „Vertrauen“ zu betrachten, eröffnet sich eine neue Welt von Erkenntnissen und Wachstumshebeln. Probieren Sie es aus.