

# „Verbindung hergestellt“ – der Vertrieb als unverzichtbares Bindeglied für Wachstumserfolge

von Fabian Vollberg

## Kurzübersicht

- o Verbindungen entscheiden über langfristigen Vertriebs Erfolg.
- o Wenn hergestellte Verbindungen nur in eine Richtung wirken, bleiben Wachstumspotenziale auf der Strecke.
- o Der Dreiklang aus Verständnis, Verbindung, Vertrauen hilft im Vertrieb sehr handfest dabei, gesund und profitabel zu wachsen.



Im Vertrieb aktiv zu sein, bedeutet stets die Rolle eines Bindegliedes einzunehmen – zuvorderst natürlich eines Bindegliedes zwischen Kunden und dem eigenen Unternehmen samt seinen Leistungen, aber auch zwischen der Strategie des eigenen Unternehmens und dem Markt, auf den diese Strategie gerichtet ist.

Denken wir weiter in diesem Bild, geht es im Vertrieb also darum, Verbindungen herzustellen und genau diese Perspektive hilft dabei den Charakter des Vertriebs noch besser zu verstehen und häufige Wachstumsbremsen und -potenziale zu entdecken. Hier eine Auswahl von Erkenntnissen, die Sie als Startpunkt für Ihre eigenen Überlegungen gut nutzen können:

**1. Einzelkämpfer sind für den Vertrieb keine gute Besetzung.** Wachstum ist ein Team-Sport. Für herausragenden Vertrieb braucht es ein hervorragendes Verständnis des Kunden, der Möglichkeiten des eigenen Unternehmens, der Strategie und der internen Schnittstellenpartner. Erst wenn dieses umfassende Verständnis besteht und Verbindungen erfolversprechend und belastbar geknüpft sind, lassen sich dauerhafte Partnerschaften zum gegenseitigen Vorteil etablieren. Einzelkämpfern gelingen regelmäßig schnelle, durchaus beeindruckende Erfolge – setzt man aber auf langfristige gemeinsame Erfolge, sind Team-Player die bessere Wahl.

**2. Ein konsistentes Markenerlebnis entscheidet maßgeblich über langfristige Wachstumserfolge** – wenn die Marke also im Vertrieb nicht verstanden ist, werden Erwartungen und Verbindungen mit dem Kunden gleich zu Beginn unvorteilhaft konfiguriert. Bei Vertriebsprojekten beginnen wir stets damit den Status Quo zu verstehen. Bei der Analyse legen wir besonderes Augenmerk auf das Strategieverständnis des Vertriebs. Das Markenverständnis gehört vielfach zu den Bereichen der Strategie, die am schlechtesten ausgeprägt sind. Dabei gehört die handfeste Arbeit mit der Marke zu den wirkungsvollsten Wachstumshebeln im Vertrieb.

**3. Jede Verbindung, die der Vertrieb schafft, sollte in zwei Richtungen wirken.** Natürlich gilt es für den Vertrieb, die Strategie umzusetzen und Kunden Leistungen zu verkaufen. In die andere Richtung gilt es aber ebenfalls die Verbindung herzustellen. Regelmäßig ist keine Einheit näher am Kunden und somit an der Quelle für Impulse, die es braucht, die Strategie kundenorientiert weiterzuentwickeln und wirkungsvoll auszurichten. Es ist nur folgerichtig, Marktexpertise früh in die Strategieentwicklung einzubinden und Rückkopplungsschleifen mit dem Marktfeedback in die Strategiearbeit einzubauen.

Verbindungen brauchen Pflege und Zuwendung. Das gilt gerade im Vertrieb und sowohl für die Verbindungen zu Kunden wie zu den internen Schnittstellenpartnern. Bei allem Verständnis für Effizienzerwägungen – werthaltige, persönliche Gespräche, echtes Interesse am Anderen, Neugierde und gemeinsame Erfahrungen sind Investitionen in die Verbindungen, die das Wachstumsfundament für morgen und übermorgen bilden. Wenn Sie Vertriebsverantwortung in Ihrem Unternehmen haben, lohnt es sich das Thema „Verbindungen“ in einem Ihrer nächsten Treffen mit dem Vertriebsteam zusammen zu beleuchten.