

# Wachstumschancen im Vertrieb – So oft direkt vor unseren Augen und doch so gut verborgen

von Fabian Vollberg

## Kurzübersicht

- o Nicht immer liegt der Schlüssel zu Wachstum im Hinzuaddieren von Themen im Vertrieb – das Weglassen verdient einen Blick.
- o Akzeptieren hilft dabei, Raum für Wachstum zu gewinnen.
- o Vier Kategorien und vier Felder sollten in jedem Vertrieb regelmäßig auf den Prüfstand.



Wachstumschancen und Vertrieb gehören vielfach untrennbar zusammen, denn genau hier, im Vertrieb, gilt es Chancen zu erkennen, mitzugestalten und später zu verwandeln.

Von Zeit zu Zeit lohnt es sich, die Adler-Perspektive einzunehmen und ohne die (angenommenen) Notwendigkeiten des Tagesgeschäftes die Lage prüfend zu überblicken, um festzustellen, welche Wachstumschancen sich zu heben lohnen.

In diesem Artikel finden Sie vier Kategorien, in wir empfehlen, gedanklich abzutauchen sowie vier Felder, in denen wir fast immer fündig werden, wenn es um veritable Wachstumsbremsen oder -chancen geht.

### Die vier Kategorien der Wachstumschancen:

1. **Bewahren:** Im Sinne Ihrer Strategie hilfreiche Dinge, die heute schon bestehen, gilt es festzuhalten und zu bewahren. Was ist heute für unseren Erfolg ausschlaggebend? Was müssen wir tun, um diese Faktoren zu bewahren oder gar zu stärken? Es lohnt sich hier genauer hinzusehen, auch wenn wir uns gerne mit voller Kraft in Veränderungsprozesse einbringen und mit viel Energie nach den Veränderungsbedarfen geschaut wird, bleiben Erfolgsfaktoren zum einen nicht ohne Zuwendung bestehen, zum anderen gilt es bei Veränderungen zu bewerten, wie sich diese auf bestehende Erfolgsfaktoren auswirken (Was ist mit dem Bestehenden?).
2. **Kreieren/Innovieren:** Welche Wachstumshebel wollen wir neu schaffen oder innovieren, um unseren Wachstumserfolg steigern? In diese Frage geht in vielen Vertriebsprojekten von Beginn an die meiste Energie. Um diese Energie so effizient und effektiv wie möglich einzusetzen, empfiehlt es sich der Frage Richtung zu geben. Die Hebel sind am wirksamsten, die a) den idealen Kunden fokussieren, b) den Wert für diesen idealen Kunden erhöhen, c) Partnerschaft und Profitabilität gleichermaßen stärken.

3. **Weglassen/Vermindern:** Hier schlummern enorme Potenziale, das Hinzuaddieren von Methoden, Instrumenten, Prioritäten, Anweisungen usw. geschieht in vielen Unternehmen kontinuierlich, das Aufräumen nicht oder zu selten. Was sollten wir weglassen, um Raum für Wachstum zu schaffen? Sowohl in der Vertriebsarbeit als auch in der Vertriebsführung?

4. **Akzeptieren:** In vielen Unternehmen wird zu viel Zeit für die Diskussion über Themen eingesetzt, die nicht im Gestaltungsbereich der Beteiligten liegen. Natürlich gilt es zu besprechen, was bestimmte Faktoren und Entwicklungen für das eigene Unternehmen und die eigene Abteilung bedeuten – den Fokus verdient allerdings immer der gestaltbare Bereich: Wir reagieren wir? Wir nutzen wir die Situation bestmöglich? Bei allem weiteren, hilft die Akzeptanz, Kräfte dafür zu schonen, Wachstum aktiv zu gestalten.

Wenn Sie nun Lust bekommen haben, sich intensiver mit Wachstumschancen im Vertrieb auseinanderzusetzen, schauen Sie sich vier Felder in jedem Falle an:

1. **Das Mindset im Vertrieb:** Strategien und Methoden können noch so gut geeignet sein, der Erfolg entscheidet sich bei der Einstellung der Vertriebsführung und der Vertriebsmannschaft.
2. **Schnittstellen innerhalb des Vertriebs und zu anderen Bereichen:** Hier liegen sprichwörtlich die Millionen. Euro, Zeit und Nerven, all das lässt sich vielfach sparen.
3. **Prioritäten:** Zu oft stellen wir fest, dass keine Prioritätenklarheit besteht und hier die Ursachen für Frustration und suboptimale Wachstumsergebnisse liegen.
4. **Markenklarheit:** Ein Vertrieb, der den Markenkern nicht kennt und lebt, verpasst immer Wachstumschancen.