

"Die traditionellen Vertriebsmethoden sind tot", so der bayerische Vertriebsfreak Uwe Rieder

10.06.2021, 10:53 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *Der bayerische Vertriebsfreak GmbH*

Presseagentur: *Der bayerische Vertriebsfreak GmbH*



Als "Der bayerische Vertriebsfreak" hat sich Uwe Rieder in den letzten Monaten eine Marke aufgebaut. Der polarisierende Bayer spricht hier an, was viele Unternehmer schon lange festgestellt haben.

Der ganz normale Akquise-Wahnsinn: Kommt Ihnen das bekannt vor?

Sind Sie ein "gestandener Unternehmer" bzw. eine "gestandene Unternehmerin"? Sie betreiben ein erfolgreiches Offline-Geschäft? Ihr Geschäftskonzept bzw. der Markt verlangen, dass Sie immer wieder neue Kunden akquirieren und neue Kunden gewinnen.

In der Praxis ist es oft so: Der Unternehmer:in sieht, dass der Umsatz schwindet oder Kunden zu seinem Mitbewerber abwandern. Oder es besteht der Wunsch, den Umsatz zu steigern. Soweit so gut!

Nun wird festgestellt, dass in Sachen Neukundengewinnung meist nach dem gleichen Muster vorgegangen wird:

Der Big Boss entscheidet, sofort mit Maßnahmen gegenzusteuern bzw. eine einzuleiten: Deshalb geht er zu seinem Vertriebsleiter oder Vertriebsmitarbeiter mit den Worten:

"Wir müssen mal wieder Adressen abtelefonieren und ein Briefmailing rausschicken."

In kleineren Betrieben macht er es vielleicht auch gleich selber. Ein Mann, ein Wort! Gesagt getan! Wirklich gesagt und auch getan? Wenn das Ganze so einfach wäre ...

Dann kennen Sie bestimmt die folgenden Situationen bei der B2B Vertriebsstrategie:

Die telefonische Kalt-Akquise!

Alleine das Wort "Telefonische Kalt-Akquise" sorgt schon für Schweißausbrüche, Magen-Darm-Problemen, schlaflosen

Nächten, Pulsschwankungen und Übelkeit. Warum ist das so? Alleine das Wort "Kaltakquise" steht für

- unangenehme Gespräche,
- Nachlaufen,
- Bitten und Betteln,
- zeitlicher und finanzieller Aufwand,
- kein Spaß und keine Freude,
- Frust und Demotivation.

Bekannt auch bei Ihnen? Dann sollten Sie unbedingt eines der feurigen Webinare von Uwe Rieder, dem bayerischen Vertriebsfreak, besuchen. Gratis unter <http://www.der-bayerische-vertriebsfreak.tv/webinar02>

Thema: "Mit einer automatisierten Lead-Maschine einfach und leicht zu einem prallen Terminkalender ohne Interessenten hinterherzulaufen!"

Und weiter geht es mit viel Feuer:

Daher verschieben Sie Ihren Telefonat auch immer wieder. Begonnen wird erst, wenn der Hut schon brennt. Dann aber ran an den Hörer. Und darum kämpfen, einen Termin für eine persönliche Präsentation zu bekommen. Jeder Termin ist schließlich eine Verkaufschance.

Einen Termin zu bekommen, ist aber heute nicht mehr so einfach. Viele blocken ab. Frust! Trotzdem - etwas geht immer. Juhu: 5 Stunden telefoniert, 2 Termine bekommen. Effizienz sieht anders aus.

Nicht zuletzt auch deshalb: Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter werden oft durch diese "Sofort-Maßnahme" unfreiwillig in den Vertriebsprozess eingebunden. Nur weil sie gerade in Sichtweite waren oder nicht schnell genug geflüchtet sind, als der Chef des Weges kam. Die fühlen sich mit der neu übertragenen Aktivität sehr, sehr unwohl. Die oben genannten Symptome wie schlaflose Nächte und der ein oder andere Schwindelanfall bei dem nächsten "NEIN" des Angerufenen trägt zu einem erfolgreichen Ergebnis auch nicht bei.

Wie geht es Ihnen dabei, wenn Sie unter ihrer direkten Rufnummer oder sogar mobil angerufen werden und die Worte hören:

"Hallo Herr Meyer, mein Name ist Berger "und ich will einen Termin bei Ihnen oder Ihnen was verkaufen!"

(Das ist die Kurzform der Einleitung. Ja, es gibt 1000de Bücher und Workshops darüber, wie Telefon-Akquise besser funktioniert - funktioniert es dann besser?).

Wie ist Ihre Reaktion? Ich - und auch Sie - kennen die Antwort.

Viele Chefs geben ihrer Sekretärin den strikten Auftrag, keinen dieser Anrufe durchzustellen. Die Reaktion ist standardisiert mit "Schicken Sie uns Unterlagen zu und bei Interesse melden wir uns".

Wow - ein Treffer! Aufwendige Unterlagen werden dann an den "potentiellen Interessenten" verschickt. Und der professionelle Vertriebsprozess mit Wiedervorlage, telefonischem, schriftlichem oder Vor-Ort-Besuch-Nachfassen nimmt seinen Lauf! Aua, aua, aua!

Liebend gerne werden die Telefonate auch an Call-Center ausgelagert. Die machen das schon. Ja? Mit unterdrückter Rufnummer. "Agents", die Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung, Ihren Unternehmensspirit genauso rüber bringen wie Sie? Die auf Fachfragen richtig reagieren? OK! Wirklich?

Kurzum:

Bei dieser Aktivität sind Sie ganz klar in der "Nachlauf- und Störer-Rolle!" Ja, Sie wollen dem Gegenüber was verkaufen. Das ist jedem bewusst. Und Sie müssen es schaffen, all Ihren Nutzen und Problemlöser in den ersten Sekunden - wenn Sie überhaupt so weit kommen, Ihrem potentiellen Kunden "auf den Tisch zu legen.

Was erwarten Sie von dem Angerufenen?

Dass er himmelhochjauchzend hochspringt und durch das Büro läuft, weil Sie angerufen haben? Das er schon Tage auf Ihren Anruf und auf Ihr Produkt oder Dienstleistung gewartet hat?

Bitte, bitte nun mit beiden Beinen auf dem Boden bleiben und diese Situation realistisch betrachten: "Der" wird komplett von Ihnen mit Ihrem Call aus seiner Welt rausgerissen. Wissen Sie, wo er sich gerade befindet? In einem Meeting, beim Personalgespräch, beim Frühstück, bei seinem VIP-Kunden, bei seinem Steuerberater, Rechtsanwalt oder gar in der Badewanne?

Und welche Laune hat er gerade just in diesem Moment? Voller Emotionen, weil er gerade Vater einer Tochter geworden ist? Aufgewühlt, weil die Ehefrau gestern Abend ausgezogen ist? Sie wissen, was ich meine ...

Darüber hinaus schaffen Sie es, mit dieser Maßnahme nur eine bestimmte Anzahl an Kontakten pro Stunde oder pro Tag mit sehr viel Aufwand zu erreichen. Sind es 5, 6 oder 7 Gespräche, die Sie schaffen.

(Zudem: Verbot bei Privatkunden! Wird oft Missachtet, negativer Ruf der Branche)

Uwe RiederEin aufwändiges Post-Mailing soll Kunden bringen

Nachdem die Telefon-Aktion mehr Frust als sonst etwas gebracht hat, bleiben Sie aber weiter aktiv. Und zwar mit einem Briefmailing. 100 (oder vielleicht auch 1.000?) Adressen sind schnell gefunden oder gekauft, und weiter geht es mit viel Schwung, Energie und: Hoffnung! Denn die stirbt ja bekanntermaßen zuletzt!

Ein Briefeschreiber ist intern schnell gefunden. Der Drucker rattert in der Mittagspause. Mit vereinten Kräften werden all die Hoffnungsträger mit einem wunderschönen Kuvert "eingetütelt". Und mit der Zunge des firmeneigenen Hundes werden die Sonderbriefmarken benässt. Und zudem rechts oben auf das Kuvert geklebt. Die schicken "100 neuen Verkäufer", sprich Briefe, werden unter tosendem Applaus aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ins Auto eingeladen und zur nächsten Postfiliale gebracht.

Alle Kolleginnen und Kollegen stehen ab nun auf Bereitschaft, dass der große Run der Rückläufer bewältigt werden kann. Die Telefonzentrale wurde aufgrund der erwarteten Lawine personell um 3 freundliche Mitarbeiterinnen aufgestockt.

Die Spannung steigt mit jeder Stunde! Und nimmt mit jedem vergangenen Tag ab. Denn:

Nichts passiert: Null-Komma-Nichts!

Frustration macht sich breit. Bis dem Chef die Idee kommt, dass wahrscheinlich das ein oder andere intern falsch gemacht wurde. Und es dafür Profis gibt. Schnell wird über Internet eine professionelle Werbeagentur gefunden und direkt konsultiert.

Guter Rat ist schnell zur Stelle: Versuchen Sie es doch mit einem noch schöneren mit Werbeaussage gespicktem Postmailing: Einem persönlichen Brief und einem schönen Prospekt! Gestaltung, Druck und Versand verschlingen zwar 5.000 Euro auf einen Schlag. Schließlich muss die Agentur auch wovon leben. Und bei 1.000 Empfängern muss doch etwas herauskommen?

Gespannt erwarten Sie auch hier die Reaktionen. 3 Interessenten melden sich. 2 Interessenten haben Ihr Angebot falsch verstanden. 1 Interessent kauft möglicherweise in einem halben Jahr..., 4 mit "unbekannt verzogen" kommen wieder "heim" zu Ihnen.

Trotzdem gibt immer auch Gewinner:

- Die Werbeagentur,
- die Druckerei und
- die Post!

Zur Info: Die Rücklaufquote in Deutschland, Österreich und in der Schweiz liegt bei Briefmailings aktuell unter 0,8 Prozent. In Worte: Null-Komma-Acht-Prozent Punkt. Das bedeutet, Sie haben bei 100 Adressen fast eine Reaktion, bei 1.000 Adressen maximal acht! In unserem Fall, und das ist die Regel, drei (plus die 4 ...)

Ein Anzeigenverkäufer von einer Fach- bzw. Regional-Zeitschrift ruft an

Der sympathische Anzeigenverkäufer einer Fachzeitschrift bzw. eines Regionalblattes ruft an. Sie kennen ihn schon lange. Ein netter Kerl. Aus Sympathie haben Sie auch schon mehrmals Inserate geschaltet.

Außerdem soll doch auch Ihr Mitbewerber sehen, dass Sie sich das Werben leisten können. 2.000 Euro für eine ganze Seite ist doch ein guter Deal. Oder? Auch wenn bisher offensichtlich noch keine Neukunden daraus gewonnen wurde. Aber egal, einfach weiter und weiter und weiter ...

"Vergessen Sie die Akquise-Methoden der 1990er. Sie funktionieren heute nicht mehr."

Worauf es beim neuen Vertrieb ankommt:

Das Geheimnis des neuen Vertriebs ist Sog-Marketing. Heute kauft keiner mehr etwas, das ihm "hingedrückt" wird. Wir wollen heute alle selbst entscheiden, wann, wo und wie wir etwas kaufen. Sowohl im Business-to-Consumer als auch im Business-to-Business.

Dieser Sog lässt sich heute am besten und einfachsten über das Internet aufbauen. Indem Sie für Ihre potenziellen Kunden wertvolle Inhalte im Netz verbreiten. Wie das genau funktioniert: Später.

Wichtig ist, dass der potenzielle Kunde innerhalb von 3 Sekunden erkennt, dass Sie seine Probleme kennen. Und eine passende Lösung dafür anbieten.

TIPP:

Der Ansatz der Neukundengewinnung über Telefon, Brief oder Anzeigen ist in der heutigen Zeit nicht mehr erfolgsversprechend, sehr aufwendig in Zeit, Geld und Nerven und nicht mehr empfehlenswert. Sie laufen Ihrer Zielgruppe hinterher und üben hier Druck aus!

Wenn auch Sie Ihren Vertrieb "befeuern" möchten, dann bietet der bayerische Vertriebsfreak Uwe Rieder auch ein sogenanntes Strategiegeläch an. Hier erhalten Sie sofort 2 bis 3 Stellschrauben, wie auch Sie einfach und leicht neue Kunden gewinnen. Unter <https://www.der-bayerische-vertriebsfreak.de/strategiegelach> können Sie gratis und ohne jegliches Risiko einen Termin buchen.

Weiterhin viel "Feuer für Ihren Vertrieb". Aber ohne die lästige und aufwendige Kaltakquise. OK?

Verantwortlicher für diese Pressemitteilung:

Der bayerische Vertriebsfreak GmbH
Herr Uwe Rieder
Schleißheimer Straße 12
85221 Dachau
Deutschland

fon ..: 081312777677-0

web ..: <http://www.der-bayerische-vertriebsfreak.de>

email : team@der-bayerische-vertriebsfreak.de

"Sie können diese Pressemitteilung - auch in geänderter oder gekürzter Form - mit Quelllink auf unsere Homepage auf Ihrer Webseite kostenlos verwenden."

Uwe Rieder ist »Ihr« bayerischer Vertriebsfreak. Vertrieb war schon immer seine Leidenschaft. Mit seinem »Vertriebsfreaks-System« hat Uwe Rieder Unternehmen nachweislich z. B. von 10 auf 30 Millionen Euro oder sogar von 10 auf 60 Millionen Umsatz katapultiert. Seine Schritt für-Schritt-Anleitungen sind praxiserprobt und auf Ihr Business adaptier- und kopierbar - branchenunabhängig.

Nun unterstützt der Bayer vorwiegend Einzelunternehmer/innen, Solopreneure, Selbstständige und Unternehmer bis zu 10 Mitarbeiter.

Infos unter <https://www.der-bayerische-vertriebsfreak.de>

Pressekontakt:

Der bayerische Vertriebsfreak GmbH
Frau Peggy Rieder
Schleißheimer Straße 12
85221 Dachau

fon ..: 08131.2777677-0
web ..: <http://www.der-bayerische-vertriebsfreak.de>
email : team@der-bayerische-vertriebsfreak.de

Portrait

"Sie können diese Pressemitteilung - auch in geänderter oder gekürzter Form - mit Quelllink auf unsere Homepage auf Ihrer Webseite kostenlos verwenden."

Uwe Rieder ist »Ihr« bayerischer Vertriebsfreak. Vertrieb war schon immer seine Leidenschaft. Mit seinem »Vertriebsfreaks-System« hat Uwe Rieder Unternehmen nachweislich z. B. von 10 auf 30 Millionen Euro oder sogar von 10 auf 60 Millionen Umsatz katapultiert. Seine Schritt für-Schritt-Anleitungen sind praxiserprobt und auf Ihr Business adaptier- und kopierbar - branchenunabhängig.

Nun unterstützt der Bayer vorwiegend Einzelunternehmer/innen, Solopreneure, Selbstständige und Unternehmer bis zu 10 Mitarbeiter.

Infos unter <https://www.der-bayerische-vertriebsfreak.de>

News-ID: 1212084 • Views: 647 (Stand: 10.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1212084/Die-traditionellen-Vertriebsmethoden-sind-tot-so-der-bayerische-Vertriebsfreak-Uwe-Rieder.html>