

## Der Weg zur Kundenentscheidung

22.09.2011, 12:47 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Lintea Unternehmensberatung*



Prozessphasen auf dem Weg zum Kundenauftrag

Manchmal wird der Eindruck erweckt, als könnten nur Superstars überwältigende Verlaufserfolge einfahren. Den großen Verkaufskanonen ist gemein, dass sie nachfolgende Ansichten über die Ursachen ihrer grandiosen Verkaufserfolge teilen:

erfolgreiche Verkäufer sollten

- die Hindernisse zum Auftrag einfach nur überwinden,
- eine möglichst positive Ausstrahlung unabhängig von den gerade herrschenden Umständen zeigen und
- Menschen schlicht zum Kauf überzeugen.

Die Verkaufsexperten wollen Verkäufer also zu "Übermenschen" entwickeln und wer wollte das nicht sein, um seine Verkaufsziele zu erreichen? Michael Webb stellt in seinem Beitrag "Respect the Customers Journey", aus dem hier ausführlich zitiert wird, dar, warum Verkaufserfolge einen klaren und transparenten Handlungsrahmen voraussetzen. Dieser führt für jeden Verkäufer zu deutlich besseren Ergebnissen.

Es wird ja durchaus kontrovers diskutiert, ob der Verkaufsprozess ein Mittel ist, Verkäufer zum "Übermenschen" mutieren zu lassen oder eher ein Werkzeug, die passenden Kunden mit den richtigen Preisen zu niedrigeren Kosten zu gewinnen.

Kunden erfordern eine breite Palette von Unterstützung bei der Lösung ihrer Probleme. Sie wollen stets den bestmöglichen Service zu geringsten Kosten. Ob das eine Web-Seite oder ein versierter Verkaufsberater ist, ist gleichgültig. Vertriebsmitarbeiter können in den Augen der Kunden unentbehrlich werden, wenn sie professionell und motiviert auftreten. Allerdings sind sie eine wertvolle Ressource, die optimal eingesetzt werden muss, um dem Unternehmen und seinen Kunden den größten Nutzen zu bringen.

Verkäufer richtig im Markt aufzustellen, bedeutet, sie in den passenden Vertriebsprozess einzubinden und mit den

notwendigen Informationen auszustatten. So ist es notwendig, zu unterscheiden, welche Interessenten und Kunden die "richtigen" sind und wie man deren Wert für das eigene Unternehmen misst.

Viele Unternehmen befürchten, dass Verkäufer

- Zeit mit den falschen Interessenten verschwenden,
- Überstunden einsetzen, um unattraktive Geschäfte abzuschließen und
- von vorgeschriebenen Vertriebsprozessen deutlich abweichen.

Dass dies im Verkaufsalltag geschieht, zeigt, wie schwer es offenbar ist, Verkäufer richtig zu steuern. Die gegenwärtigen Umstände in vielen Unternehmen erleichtern es Verkäufern, das zu tun, was eigentlich unerwünscht ist. Zu häufig werden Verkäufer mit wenig attraktiven Leads und der Bearbeitung potenziell schwacher Kunden blockiert.

Die Lösung liegt in Vertriebsprozessen, die es Interessenten und Kunden einfacher machen, das zu erhalten, was ihre Aufgaben löst, und dem Unternehmen profitable Aufträge zuführen. Dies erfordert, die Verhaltensweisen der Kunden ein wenig näher zu untersuchen. Stellen Sie Ihren Kunden (oder erfolgreichen Verkäufern) die folgenden Fragen, und Sie werden ein Muster entdecken, das einer "Kundenreise" zum Auftrag gleicht.

- Was lässt Kunden erkennen, dass sie ein Problem haben?
- Wo suchen Kunden nach Informationen, die ihnen helfen?
- Wen müssen Kunden in ihrem Unternehmen für eine Lösung einbinden?
- Was muss geschehen, bevor sie ernsthaft das Problem lösen müssen?
- Welche Alternativen haben sie vor einer Entscheidung zu beachten?

Einige Verkäufer gehen irrtümlicherweise davon aus, dass die Beachtung der "Kundenreise" Kontrollverzicht über den Verkaufsprozess bedeutet. Das ist nicht zutreffend. Die Kundenreise hilft, die eigenen Verkaufsaktivitäten auf die richtigen Kundenentscheidungen zu fokussieren.

Angenommen, ein Interessent erkennt nicht, dass der Anbieter ein Problem lösen kann. Die angemessene Aktion wäre, ihm den Umfang und die Dringlichkeit seines Problems erkennen zu helfen. Mit der genauen Kenntnis der Kundenreise gestaltet sich dann der passende Vertriebsprozess.

Den meisten Unternehmen fällt es nicht schwer, Interessenten solange mit Informationen zu versorgen, bis sie herausgefunden haben, ob sie auch einen Verkäuferdialog wünschen. Diese könnten sich allerdings das Leben leichter machen, wenn Interessenten die gewünschten Informationen leichter finden könnten. Und wenn man die attraktivsten Interessenten mit den talentiertesten Verkäufern zusammenbrächte, ließen sich Verkaufserfolge wohl nicht vermeiden.

Interessenten nähern sich schrittweise einer Entscheidung für ein Lösungskonzept und ein dazu passendes Produkt. Ein erfolgreicher Verkäufer ist gut beraten, diesen Weg - die Kundenreise zum Auftrag - mit zur jeweiligen Prozessphase passenden Aktivitäten und Informationen zu begleiten und sich der positiven Aufnahme zu vergewissern. Ein gut strukturierter Verkaufsprozess hilft in starkem Maße, den Verkaufserfolg sicherzustellen.

## **Portrait**

Die Lintea Unternehmensberatung verstärkt messbar die Profitabilität für Kunden und Produkte in produzierenden Unternehmen und in Unternehmen der Finanzdienstleistungsbranche.

Mit Hilfe schlanker Prozesse und einer hohen Umsetzungskraft nutzen Unternehmen ihre Ressourcen besser aus und verbessern ihre Ergebnisse und ihre Kundenzufriedenheit.

---

News-ID: 572822 • Views: 103 (Stand: 20.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/572822/Der-Weg-zur-Kundenentscheidung.html>