



ERFOLGREICH VERKAUFEN:

WAS B2B KUNDEN VON IHREN LIEFERANTEN ERWARTEN

Sich über Produkte und deren Preise zu differenzieren, wird immer schwieriger. Was der Kunde sucht, ist ein professioneller Ansprechpartner bei seinem Lieferanten – ein mit seinen Bedürfnissen vertrauter kompetenter Verkäufer. Ein guter Verkäufer ist der Fachmann, der dem Kunden genau erklären kann, auf welche Weise das Produkt oder die Dienstleistung ihn in seinem Geschäft unterstützen kann.

Professionalität der Anbieter im B2B-Verkauf sinkt

Was geschieht, wenn sich herausstellt, dass der Verkäufer wenig über die Bedürfnisse des Kunden und die Anforderungen der Branche weiß? Der Kunde vertraut ihm, seinem Produkt und seiner Firma nicht. Ein Verkauf findet nicht statt. In zunehmendem Umfang ist das der Eindruck, den Kunden bei Erstbesuchen von Verkäufern haben.

Was hat sich verändert

Die Kunden sind sehr viel professioneller geworden und besser informiert. Digitalisierung und Globalisierung haben viel verändert. Die Käufer bilden sich ihre eigene Meinung – durch Testberichte, Produktbewertungen von Nutzern und Kommentare in den sozialen Medien. Als Folge verfügen die meisten Unternehmen über einen hoch entwickelten Einkaufsprozess, die Mitarbeiter untersuchen sorgfältig die Anbieterunternehmen und deren Produkte, bevor überhaupt der Verkäufer vorspricht. Umso wichtiger ist es, rechtzeitig Einfluss auf die Entscheidungsfindung des Kunden zu nehmen.

Vertrauen und Fachkompetenz entscheiden

Gerade der erste Besuch entscheidet oft über eine langfristige Partnerschaft. Alles hängt von Vertrauen und Kompetenz ab. Der Verkäufer, der das Vertrauen des Kunden gewinnt, bekommt die Chance im Verkaufsprozess weiter fortzuschreiten und den Auftrag zu erhalten. Vertrauen gewinnt der Verkäufer jedoch nur, wenn er das Geschäft des Kunden und die Anforderungen der Branche versteht und ihm Lösungen anbietet.

Kunden erwarten Fachkompetenz und relevante Informationen. Vertrauen kann entstehen, wenn ein Verkäufer intelligente und auf eigenem Wissen basierende Fragen stellt, dem Kunden zuhört

und durch Nachfragen zeigt, dass er die Antworten des K und sein Geschäft versteht. Wichtig ist es, dass sich der erwartete Kundennutzen in Zahlen ausdrücken lässt. Das hilft Kunden beim Positionieren ihres Projektes im eigenen Unternehmen.

Berater in der Wertschöpfungskette des Kunden

Um das leisten zu können, müssen sich die Verkäufer mehr auf die spezifische Situation des Kunden konzentrieren und nicht einfach Standardpräsentationen liefern. Unternehmen im B2B sehen Verkäufer zunehmend als Berater in der Wertschöpfungskette. Neben Fachkompetenz und Vertrauen sind Schnelligkeit und Flexibilität Vertriebsleistungen, die Kunden voraussetzen.

Ein erfolgreicher Verkäufer kennt die Antworten auf folgende Fragen:

Wie finde ich den richtigen Draht zum Kunden? Wie baue ich Vertrauen auf? Wie finde ich heraus, was der Kunde will? Wie strukturiere ich meine Verkaufsargumente so, dass sie sich am individuellen Kundennutzen orientieren? Wie gehe ich professionell mit Einwänden um?

Befähigen Sie Ihre Vertriebsmannschaft

Während der Einkauf immer professioneller wird, steigen in Verhandlungen die Anforderungen an den Verkäufer. Die Vertriebsexperten von MFB Resultants sorgen dafür, dass Ihre Vertriebsmitarbeiter gut darauf vorbereitet sind. Denn Unternehmen, die der Konkurrenz voraus sind, können von den Veränderungen des neuen Kaufverhaltens im B2B-Bereich nachhaltig profitieren und sind nachweislich erfolgreicher.

MFB Resultants – Wir liefern Resultate.