

## Anwenderbericht **NUTBASER**<sup>®</sup>

### "Wie viel von den 1,3 Mio.€ kommt denn bis 30. Juni?"

#### **Aus dem Alltag eines Verkäufers**

„Wie viel Umsatz kommt im Juni?“ „Fällt der Auftrag noch in den Mai?“ Solche Fragen kennen Verkäufer nur allzu gut. Klar – die Hauptaufgabe eines Verkäufers ist nun mal für Umsatz zu sorgen.

#### **Die Magie von Quote und Forecast**

Am Anfang dazu steht die Jahresplanung. Dies ist ja meist ein spannender Prozess, in dem die Vorgaben für Umsatz oder Deckungsbeitrag festgelegt werden. Ist diese Hürde einmal geschafft, kommt in konsequent agierenden Unternehmen immer wieder die Frage nach der Zielerfüllung auf die Tagesordnung. Wie viel Umsatz im nächsten Monat oder Quartal dann tatsächlich erreicht wird – dies möchte vor allem das Management genauer wissen. Und zwar möglichst vorher! Die magischen Begriffe für jeden Verkäufer heißen demnach Quote und Forecast.

Für Colin MacKenzie, Key Account Manager bei der systema Deutschland GmbH in Oberessendorf sind diese Begriffe fern von jeder Magie. Durch den Einsatz der Qualifizierungsmethodik **NUTBASER**<sup>®</sup> sind für ihn ein treffsicherer Forecast und letztendlich auch die Erfüllung der Vertriebsziele das konsequente Ergebnis methodischen Arbeitens.

#### **Methodisches Handeln vs. „Bauch“**

Über populäre Vertriebsweisheiten, wie "Vertrieb ist allein Bauchsache" oder „ein guter VB weiß aus Erfahrung, wann und wie er einen Deal gewinnt" kann der erfahrene Verkäufer heute nur amüsiert lächeln. Wie seine Geschichte zeigt, sind Methodik und Vertrieb eben doch keine zwei Paar Schuhe!

#### **Von der Hoffnung zur Gewissheit**

"Welchen Umsatz holen Sie noch in diesem Quartal rein?" "Wann schließen Sie den Auftrag bei Interessent X ab?" Colin MacKenzie kennt diese

Fragen aus vielen Stationen seiner langen Vertriebskarriere.

Ob als Verkäufer bei führenden Hardwareherstellern oder IT-Projektdienstleistern – diese Fragen kamen immer. Vor allem am Quartals- oder Monatsende. Früher – so erinnert sich der Key Account Manager – hat er sich dabei stark auf seine langjährige Erfahrung und seine persönliche Einschätzung verlassen:

*"Trotz all meiner Erfahrung und einiger Vertriebsstrainings: Ich hatte entweder ein gutes oder eben ein schlechtes Gefühl – völlig subjektiv. Und wenn ich alles getan hatte, um den Deal zu gewinnen, oder zumindest geglaubt habe, alles getan zu haben, blieb nur noch die Hoffnung, dass wir den Zuschlag auch bekommen würden."*

Doch Hoffnung ist keine wirklich erfolgreiche Strategie im Verkauf – konstatiert Mackenzie heute.

Das alte Prinzip »Hoffnung« ist bei der SYSTEMA Deutschland GmbH heute Vergangenheit. Das Unternehmen – damals noch unter dem Namen »All for One Systemhaus AG« - reagierte 2002 in einer starken Wachstumsphase auf neue Herausforderungen im Vertrieb:

Die Qualifizierungsmethodik **NUTBASER**<sup>®</sup> wurde eingeführt.

#### **»Kaufen Lassen« statt verkaufen**

Colin MacKenzie sieht dies heute für sich und seine Kollegen als Meilenstein. Für sie begann eine neue Art von Verkaufen: „Kaufen Lassen“.

Ein nicht immer einfacher Lern- und Umdenkprozess. Heute würden seine Antworten auf die typischen Fragen aus dem Management etwa so ausfallen:

*"Firma A wird in drei Wochen entscheiden. Die Kaufwahrscheinlichkeit liegt bei 78%, der erwartete Umsatz beträgt 145 T€.*

*Bei Firma B steht nächste Woche noch ein Treffen mit dem Finanzvorstand an, der wird mit dem IT-Leiter die Entscheidung treffen. Ziel ist es dabei, alle Entscheidungskriterien des Vorstands zu erfahren. Dann wird die Kaufwahrscheinlichkeit von 68% mindestens auf 72% steigen."*

*Bei Firma C lässt der Macher kein Treffen mit dem Nehmer zu. Für den nächsten Schritt in Form eines Referenzbesuches erhalten wir kein Commitment für nachfolgende Schritte. Die Kaufwahrscheinlichkeit verharrt seit Monaten unter 45%. Nachdem wir auch die Anforderungen nur zum Teil erfüllen, schlage ich vor, keine weitere Zeit mehr in dieses Projekt zu investieren."*

### **Transparenz und Kontrolle im Verkaufsprozess**

Aus diesen Antworten kann man herauslesen, dass die jeweilige Situation völlig klar ist. Der Verkäufer hat die Kontrolle über den Prozess. Seine Einschätzung beruht auf Fakten. Das ist genau das, was Colin MacKenzie in der Praxis erlebt:

### **Weniger (Blindleistung) ist mehr**

MacKenzie weiter:

*„Ein wichtiger Punkt: Ich weiß durch die Dokumentation und Analyse mit NUTBASER® auch, was ich noch aktiv tun muss, um zum Erfolg zu gelangen. Und das ist ein klarer Vorteil für mich ganz persönlich: Die richtigen Aktivitäten zur richtigen Zeit bei den richtigen Ansprechpartnern – wie viel mehr Blindleistung habe ich hier früher vergeudet.*

Diese hohe Transparenz ist nicht nur für den einzelnen Verkäufer wichtig. Sie ist Grundlage für effektive Kommunikation im Team und mit dem Management. Besonders deutlich wird dies an dem Reizthema Nr. 1 im Vertrieb: Forecast.

### **Richtiger Forecast = Planungssicherheit**

Die realistische Einschätzung einer Verkaufschance ist die Basis für eine verlässliche Planung. Der Gesamt-Forecast als Summe aller Einschätzungen ist deshalb für das Management in allen Unternehmensbereichen erfolgskritisch.

Für Colin MacKenzie ist es beruhigend, dass er durch seine Methodik einen verlässlichen Forecast bekommt (und liefern kann!):

*"Jedes richtige Unternehmen braucht doch zuverlässige Daten für den Forecast. Wir sind börsennotiert und werden quartalsweise gemessen. Früher habe ich 'Kaffeesatz gelesen'. Heute kann ich mit Hilfe von*

*NUTBASER® transparente und verlässliche Zahlen liefern, ich bin in meinem Forecast viel sicherer geworden. Wenn eine Verkaufschance in NUTBASER z.B. mit 68% bewertet und der Forecast dementsprechend berechnet wird, dann hat das objektive Gründe, die auch abgebildet sind.*

*Beispiel: Alles sieht sehr gut aus – außer beim Budget. Der Interessent muss einen anderen Investitionstopf anzupfen. Früher hätte ich gesagt: 90%! Heute ist dieses Risiko bewertet und ich rechne eben mit 68%."*

*„Durch die konsequente Anwendung von NUTBASER® sehe ich immer, wo der Kunde im Kaufprozess steht. Wo ich früher nur ein Gefühl hatte, kann ich heute jederzeit objektiv den Status beurteilen. Ich sehe vor allem ganz neutral, was ich vom potentiellen Kunden bisher wirklich bekommen habe.“*

Diese Zahlen - aber auch die Hintergrundinformationen dazu, bringen insgesamt eine völlig neue Qualität in die interne Kommunikation, wenn man so will in das "Berichtswesen":

### **Zahlen – Daten - Fakten**

*„Die Unternehmensleitung weiß, dass sie sich auf die Zahlen aus dem Forecast verlassen kann. Diese sind im Übrigen jetzt auch vergleichbar, weil jeder die gleiche Bewertungssystematik heranzieht.*

*Natürlich kann das Management einfach 'hinter die Zahlen' schauen. Wir Verkäufer können auf der Basis dieser Informationen gezielt mit den Managern über die Unterstützung in einzelnen Verkaufschancen sprechen."*

## Von ‚toten Pferden‘ absteigen

Der Alptraum eines Vertriebsmitarbeiters, wie ihn auch Colin MacKenzie aus der Vergangenheit nur zu gut kennt: ein super Kontakt, die Gespräche mit dem Interessenten waren sehr gut und konstruktiv, die Präsentation ist hervorragend gelaufen. Wir haben viel investiert und waren eigentlich sicher, den Auftrag zu gewinnen – und dann dieser Anruf: "Wir haben uns leider für Ihren Mitbewerber entschieden!"

Dies scheint ja das größte Geheimnis eines erfolgreichen Verkäufers zu sein: früh zu wissen, ob eine Verkaufschance wirklich erfolgversprechend ist. Oder: ob sie bereits vorentschieden ist. Dann bedeutet eine weitere Bearbeitung nur ‚Blindleistung‘.

Dass dies in Wirklichkeit kein Geheimnis ist, weiß Colin MacKenzie heute:

*„NUTBASER® forciert, dass wir strukturiert vorgehen. Das zahlt sich insbesondere am Anfang aus. Wir qualifizieren Interessenten gründlich, um uns dann intensiv um die ‚richtigen‘ Kandidaten zu kümmern. Und wir sehen anhand des Erfüllungsgrades der NUTBASER-Kriterien frühzeitig, wie ernst es der Interessent mit uns meint.“*

*So beschäftigen wir uns heute von Anfang an nur mit den Fällen, die auch eine entsprechend hohe Erfolgswahrscheinlichkeit besitzen. Wir haben beispielsweise bei einem Interessenten zwei Jahre an dem Projekt gearbeitet, bis wir es schließlich gewonnen haben. Viele bei uns haben gesagt: Gib das auf! Und ich habe gesagt: Warum? Wir stehen laut NUTBASER bei 78%. Die brauchen einfach noch Zeit für die Entscheidung!*

Die Methodik NUTBASER® bietet eine einfache Struktur. Sie beschreibt Modelle und Vorgehensweisen für den Verkaufsaltag. Anhand von acht Kriterien, die für eine Kaufentscheidung relevant sind, werden Verkaufschancen systematisch qualifiziert und bewertet. Dadurch wird transparent, in welchen Bereichen jeweils Handlungsbedarf besteht.

- N eeds** Probleme, Leidensdruck oder Gewinnabsicht des Kunden
- U niques** Alleinstellungsmerkmale des Kunden und deren Verstärkung
- T imeframe** Zeitrahmen für die Kaufentscheidung
- B udget** Budgetsituation beim Kunden
- A uthority** An der Kaufentscheidung beteiligte Personen / Rollen
- S olution** Übereinstimmung der Lösung mit dem Bedarf des Kunden
- E nemy** Interne und externe Mitbewerber
- R elationship** Beziehungsnetzwerk an den Schlüsselpositionen des Kunden

Effizient zu sein heißt, die Dinge zu tun, die letztlich erfolgversprechend sind und zu wissen, wann man ein ‚totes Pferd reitet‘ (schon die Indianer kannten also gängige Vertriebsweisheiten).

## Weniger Akquisekosten, mehr Umsatz

Unsere wertvollste Ressource ist nun einmal die Zeit! Diese besser einzusetzen, bedeutet mehr Erfolg – und letztlich für den Verkäufer ein gutes Stück mehr Umsatz!

*"Mit der Methodik im Rücken und der damit verbundenen Transparenz von Verkaufschancen kann ich meine Aktivitäten objektiv priorisieren. So erhöhe ich meine aktive Verkaufszeit! Das zahlt sich aus.“*

*Heute Hamburg, morgen München – das war früher die Regel. Das ist kaum noch der Fall. Weniger Aktionismus, dafür klar fokussiert und mit*

*der Kenntnis wesentlicher Informationen ausgestattet, laufen Kundentermine effektiver ab. Das spürt natürlich auch der Kunde.“*

## Mehr Kundenbindung?

Forecast, Transparenz effiziente Vertriebsprozesse - das ist die eine Seite für Colin MacKenzie. Aber das ist noch nicht die ganze Geschichte.

Ein weiterer wesentlicher Erfolgsfaktor von NUTBASER ist für ihn die Philosophie hinter der Methodik.

*"Wir haben durch NUTBASER einen ganz anderen Umgang mit unseren Kunden gelernt, wir sehen sie als unsere Partner. Es geht nun mal nicht*

*darum, was ich verkaufen will, sondern was ich für den Kunden erreichen kann.*

*Die Grundidee heißt ja: »Kaufen Lassen« statt verkaufen!*

*Wenn ich so denke, wie der Kunde denkt, sehe ich, wie ich in seinem Kaufprozess agieren sollte. Diese Vorgehensweise zwingt den Verkäufer regelrecht zum Aufbau einer guten Beziehung zum Kunden. Und das ist der Weg zum Erfolg!"*

**Trotzdem: Lohnt sich unbedingt**

Dieser Weg ist manchmal steinig, aber in jedem Fall lohnend. So das Resümee von Colin Mackenzie:

*"Methoden und Verkaufstrainings waren für die meisten von uns nicht neu. Anfangs war auch bei einigen eine*

*ablehnende Haltung zu spüren. Mit NUTBASER® sollten wir dazu noch unsere alten Einstellungen ändern – ein mitunter harter Lern-Prozess! Aber wenn man Erfolg haben will, muss man sein Ding einfach mal durchziehen. Eine Menge toller Erfahrungen und eine neues Niveau an Erfolg sind der Lohn dafür. Und es ist einfach immer wieder ein tolles Gefühl, wenn der Kunde sagt: „Sie haben den Auftrag.“*

*Meine Meinung: Mit dem NUTBASER®-Werkzeugkoffer wird jeder Verkäufer erfolgreicher!"*