



NEWSLETTER 07/2016

Reite nicht ein totes Pferd

Schätzen wir nicht Verkäufer mit Entschlossenheit und Biss?

Verkäufer, die bis zum Abschluss nicht aufgeben. Aber vielleicht ist dieser Typ Verkäufer auch dazu geneigt, auf tote Pferde zu setzen und dadurch seine Zeit und viele Ressourcen zu verschwenden.

Es mag überraschen, wie viele Verkaufsvorgänge reine Zeitverschwendung sind. Über 50% enden, indem der Kunde nichts tut. Und in vielen anderen Fällen ist der Wettbewerb im Vorfeld bereits gesetzt.

Der Aufwand, eine Ausschreibung professionell zu beantworten, hat sich – unserer Erfahrung nach – in den letzten 10 Jahren verdoppelt. Und es braucht fast so viel Aufwand, einen Auftrag zu verlieren als einen zu gewinnen. Wenn ein Kunde Angebote von 7 Unternehmen einholen muss, bedeutet dies, dass 6 Anbieter ihre Zeit verschwenden. Diese Zeit fehlt oft für die Bearbeitung besser qualifizierter Verkaufschancen.

Wieso setzen Verkäufer zu oft auf tote Pferde?

Dazu gibt es mehrere Gründe. Einkäufer sind verpflichtet, eine vorgeschriebene Anzahl Offerten einzuholen. Die Anbieter werden hingehalten, damit sie diese Vorgabe erfüllen können. Ein Verkäufer, der zu wenig Verkaufschancen hat oder unter Druck steht, seine Pipeline zu füllen, neigt dazu, auf tote Pferde zu setzen. Je mehr Zeit in (hoffnungslose) Angebote investiert wird, umso schwieriger wird es, loszulassen.

Was heisst "gut qualifiziert"?

Um Leerläufe zu vermeiden, muss jede Verkaufschance gründlich und frühzeitig qualifiziert werden. Einmal reicht nicht aus! Zu empfehlen ist dazu ein Qualifikations-Profil, das auf das eigene Business zugeschnitten und leicht verständlich ist. Natürlich müssen diese Kriterien auch angewendet werden.

NO GO

Am wichtigsten sind die NO GO-Kriterien. Wenn sie nicht erfüllt sind und trotzdem an der Verkaufschance festgehalten wird, reitet man wahrscheinlich ein totes Pferd. Nachstehend kurz das erwähnte Werkzeug erklärt.

Das Qualifikations-Profil

Es muss ein pragmatisches Werkzeug sein. Es sollte im Minimum 4 Kolonnen beinhalten: Kriterium, Beschreibung, Status und Massnahme. Wir empfehlen, nicht mehr als 12 Kriterien anzuwenden. Das erste Kriterium, zum Beispiel, ist der Vergleich mit dem eigenen Zielkunden-Profil. Ein weiteres Kriterium ist das Buying Center. Die Beschreibung lautet: "Wir kennen alle Rollen und der Zugang ist möglich".

In der Kolonne "Status" verwenden wir farbige Symbole. Ein "grüner Daumen" bedeutet, dass das Kriterium gut erfüllt ist bzw. ein Wettbewerbsvorteil besteht. Ein schwarzes Häkchen bedeutet, dass das Kriterium erfüllt ist, jedoch keinen Wettbewerbsvorteil verschafft. Ein rotes Fragezeichen bedeutet, dass der Status unklar ist und weiterer Abklärung bedarf und ein rotes Ausrufezeichen wird eingesetzt, um kritische Punkte hervorzuheben.

Nicht alle roten Symbole bedeuten automatisch NO GO. Ein Fragezeichen erfordert eine Massnahme. Und das rote Ausrufezeichen sollte nur zu einem Abbruch führen, wenn es sich um ein NO GO Kriterium handelt.



Wichtig, aber keine NO GOs

Hier einige Kriterien, welche – obwohl wichtig – nicht unbedingt ein NO GO bedeuten.

- *Budget*

Eine überzeugende Kosten/Nutzen-Analyse (Business Case) kann eine Budgeterhöhung bewirken.

- *Coach*

Ein zuverlässiger Coach ist sehr nützlich, aber kein Coach zu haben, ist kein NO GO Kriterium.

- *Buying Center*

Der direkte Zugang zu allen Mitgliedern des Buying Centers ist wichtig, aber ein Deal One-Pager kann von einem Befürworter benutzt werden, um die Haltung einer Person, die man nicht kennt, zu beeinflussen.

Die NO GO Kriterien

Wenn wir ein rotes Ausrufezeichen bei einem der nachfolgenden Kriterien haben, empfehle ich, ein NO GO in Erwägung zu ziehen. Wieso?

- *Dringlichkeit*

Fehlende Dringlichkeit ist oft ein Grund für Absagen. Der Genehmiger, der die endgültige Entscheidung trifft und der Ranghöchste im Buying Center ist, muss erkennen, dass die Investition zum Erreichen der Unternehmensziele beiträgt.

- *Wettbewerb*

Wenn Schlüsselpersonen im Buying Center eine enge Beziehung zum Wettbewerb haben, bedeutet dies möglicherweise NO GO. Insbesondere wenn es keine Möglichkeit gibt, unsere Lösung zu präsentieren und zu beweisen, dass wir wesentlich besser sind.

- *Ressourcen*

Es ist Zeitverschwendung, wenn die erforderlichen Ressourcen für einen professionellen Verkaufsprozess fehlen. Ein B-Team ist keine Option!

- *Lösung*

Wenn wir wissen, dass unsere Lösung nicht passt, ist es besser, die Finger davon zu lassen.

Es ist immer besser, neue Verkaufschancen gut zu qualifizieren, als wertvolle Zeit in tote Pferde zu verschwenden.

Fragen, die man sich stellen sollte

- Wie oft verschwende ich Zeit in "Fata Morganas"?
- Reiten ich oder gewisse Verkäufer tote Pferde, um die Pipeline zu verschönern?
- Wie könnte ich meine Erfolgchance steigern, wenn ich weniger tote Pferde reiten würde?

Freundliche Grüsse und gerne stehe ich für Fragen zur Verfügung,

Daniel J. Schwarzenbach