

Systematischer Weg zum Erfolg

Der Erfolg eines Unternehmens hängt maßgeblich vom Vertrieb ab. Gerade in Zeiten zunehmenden Wettbewerbsdrucks und steigender Kundenerwartungen stellt sich immer wieder die Frage, wie Vertriebsorganisationen optimiert und Mitarbeiter im Vertrieb besser unterstützt werden können. Hier kommen Sales Enablement und Führung im Vertrieb ins Spiel.

Diese beiden genannten Konzepte sind nicht nur Schlagworte, sondern sie bilden die Grundlage für nachhaltigen Vertriebserfolg. Sie greifen ineinander, denn ohne eine zielgerichtete Führung kann Sales Enablement seine Wirkung nicht voll entfalten.

Sales Enablement als klarer Rahmen für den Vertrieb

Sales Enablement ist weit mehr als nur das Bereitstellen von Vertriebsunterlagen oder der Einsatz neuer Technologien. Es beschreibt einen umfassenden, strukturierten Ansatz, der darauf abzielt, die Effektivität und Effizienz der Vertriebsmitarbeiter zu steigern. Im Zentrum steht dabei die Frage: Was brauchen die Vertriebsteams, um erfolgreich zu sein? Die Antwort ist vielschichtig und reicht von Schulungen über den Einsatz von Tools bis hin zu Prozessen, die sicherstellen, dass Vertriebsmitarbeiter optimal arbeiten können. Zum Thema „Systematischer Vertrieb“ beschreibt ein umfassender Ansatz zur Vertriebsoptimierung Sales Enablement als eine systematische Methode, die auf klar definierten Zielen basiert. Erst wenn die Fähigkeiten, Prozesse und Strukturen

des Vertriebs so aufeinander abgestimmt sind, dass sie effektiv ineinandergreifen, kann ein nachhaltiger Vertriebserfolg erzielt werden. Es geht nicht nur um einzelne Maßnahmen, sondern um das Zusammenspiel von Kompetenzen, die aufeinander aufbauen.

„Ohne eine klare, zielgerichtete Führung kann Sales Enablement seine Wirkung nicht voll entfalten.“

Zentrale Bausteine von Sales Enablement sind Schulungen, die Vertriebsmitarbeitern das notwendige Können vermitteln. Dabei geht es nicht darum, alle Mitarbeiter pauschal zu schulen, sondern gezielt diejenigen Trainingsmaßnahmen anzubieten, die individuell notwendig sind. Hier gibt es im Vertrieb einen großen Unterschied zwischen der deutschen und der angelsächsischen Mentalität: Während in Deutschland Coaching oft als Zeichen von Schwäche gilt, wird es in angelsächsischen Ländern als Mittel zur Weiterentwicklung gesehen. Die besten Mitarbeiter profitieren am meisten von gezielten Trainings. Genau hier setzt ein wirksames Sales Enablement an.

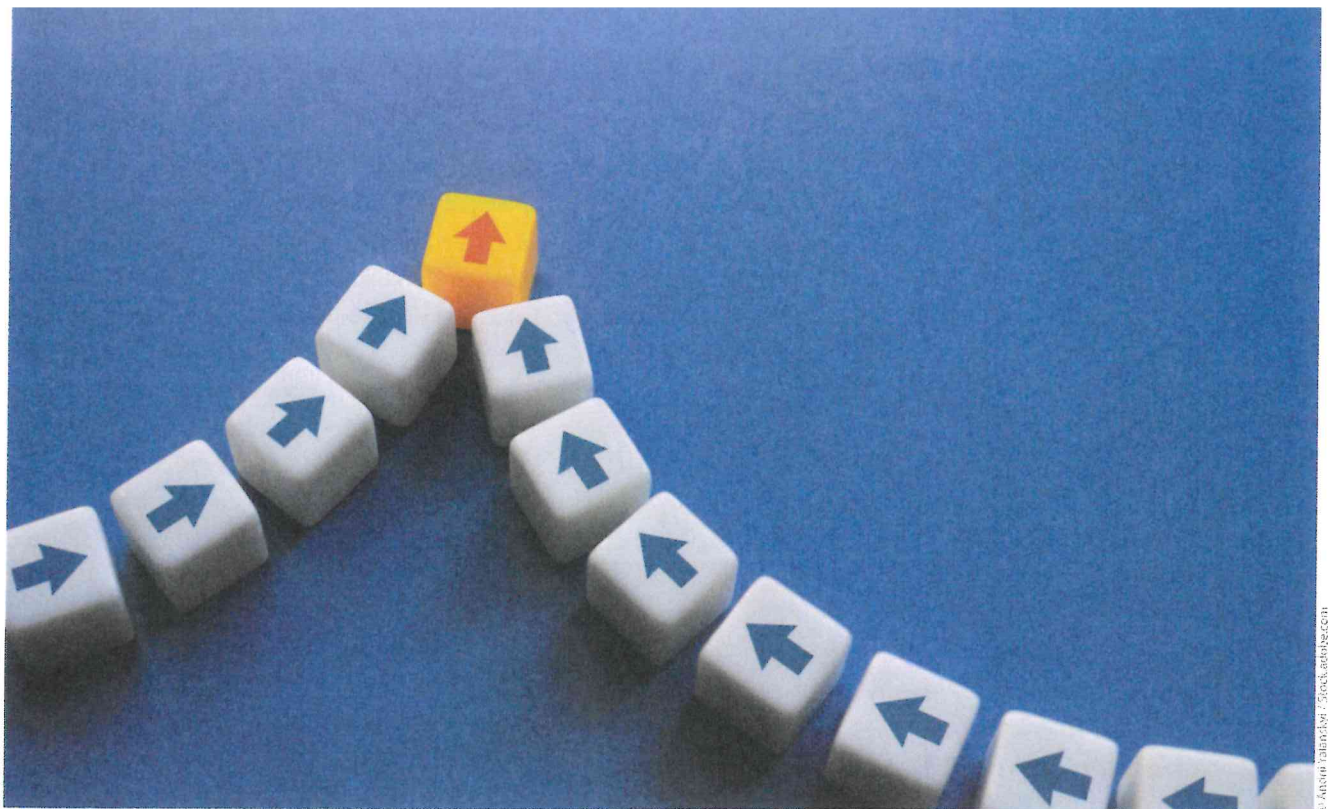
Doch es endet nicht bei der Schulung. Es umfasst auch die Bereitstellung der notwendigen Technologien und Werkzeuge. Dabei spielen beispielsweise

- CRM-Systeme,
- digitale Verkaufsplattformen und
- Tools zur Kundenanalyse

eine zentrale Rolle, um Vertriebsmitarbeiter zu entlasten und ihnen mehr Zeit für ihre Kernaufgaben zu geben. Viele Vertriebler verbringen nur einen Bruchteil ihrer Arbeitszeit mit den Kunden. Die meiste Zeit fließt in Administration und interne Prozesse. Effektives Sales Enablement sorgt dafür, dass diese Zeit optimal genutzt wird und Vertriebsmitarbeiter mehr Zeit für den direkten Kundenkontakt haben.

Kompakt

- Sales Enablement ist weit mehr als nur das Bereitstellen von Vertriebsunterlagen oder der Einsatz neuer Technologien. Es beschreibt einen umfassenden, strukturierten Ansatz, der darauf abzielt, die Effektivität und Effizienz der Vertriebsmitarbeiter zu steigern.
- Der Schlüssel zum Erfolg im Vertrieb liegt in der Kombination von Sales Enablement und Führung.
- Sales Enablement und Führung im Vertrieb sind keine separaten Disziplinen, sondern sie greifen ineinander wie Zahnräder in einem Getriebe.



Führung im Vertrieb und die Rolle der Führungskräfte

Während Sales Enablement die Infrastruktur und die Werkzeuge bereitstellt, um die Effektivität der Vertriebsmitarbeiter zu steigern, sind Vertriebsführungskräfte dafür verantwortlich, dass diese Maßnahmen auch in die Praxis umgesetzt werden. Ohne klare Führung und Kommunikation verpuffen die besten Trainings und Tools. Führungskräfte im Vertrieb spielen vor allem eine zentrale Rolle, um die strategischen Vorgaben in die operative Realität zu übersetzen.

„Viele Vertriebler verbringen nur einen Bruchteil ihrer Arbeitszeit mit den Kunden.“

Dabei müssen klare Ziele gesetzt werden, diese verständlich kommuniziert und die Mitarbeiter auf dem Weg begleitet werden, um ihre Ziele zu erreichen. Viele Unternehmen scheitern daran, dass ihre Führungskräfte nicht wissen, wie sie klare und verbindliche Ziele mit ihren Mitarbeitern vereinbaren. Es reicht nicht, den Vertriebsmitarbeitern zu sagen, was sie tun sollen. Eine gute Führungskraft muss sicherstellen, dass die Mitarbeiter auch den Willen zeigen, um die Ziele zu erreichen, und die Fähigkeiten besitzen, dies umzusetzen.

Ein zentraler Punkt ist hierbei die Kommunikation. Führungskräfte müssen ihren Vertriebsmitarbeitern nicht nur

Ziele vorgeben, sondern diese auch auf eine Weise vermitteln, dass sie von den Mitarbeitern verstanden und akzeptiert werden.

„Erst wenn die Fähigkeiten, Prozesse und Strukturen des Vertriebs so aufeinander abgestimmt sind, dass sie effektiv ineinandergreifen, kann ein nachhaltiger Vertriebserfolg erzielt werden.“

Ein häufiger Fehler auf der Führungsebene ist, dass Führungskräfte annehmen, ihre Mitarbeiter hätten die Botschaft verstanden, während in Wirklichkeit die Hälfte der Informationen verloren geht oder falsch interpretiert wird. Regelmäßige Feedback-Gespräche sind deshalb unerlässlich, um sicherzustellen, dass alle auf dem gleichen Stand sind und die Ziele klar vor Augen haben.

Mitarbeiter kontinuierlich motivieren und auf Kurs halten

Eine weitere zentrale Aufgabe der Führung im Vertrieb ist die kontinuierliche Motivation der Mitarbeiter. Es reicht nicht, die eigenen Mitarbeiter einmal zu motivieren und sie dann sich selbst zu überlassen. Es geht darum, die Vertriebsfachkräfte

dauerhaft auf Kurs zu halten. Hier kommen regelmäßige Wochengespräche ins Spiel, in denen die Fortschritte der Verkäufer überprüft und eventuelle Hindernisse aus dem Weg geräumt werden können.

„Ohne die richtige Führung verpuffen die besten Tools und Trainings.“

Diese regelmäßige Kommunikation sorgt dafür, dass die Mitarbeiter auf ihrem Weg begleitet und bei Problemen frühzeitig unterstützt werden.

Das Zusammenspiel von Sales Enablement und Führung zählt

Der Schlüssel zum Erfolg im Vertrieb liegt in der Kombination von Sales Enablement und Führung. Während Sales Enablement sicherstellt, dass die Mitarbeiter über die notwendigen Fähigkeiten und Werkzeuge verfügen, sorgen die Führungskräfte im Vertrieb dafür, dass diese auch richtig eingesetzt werden. Beide Bereiche sind eng miteinander verzahnt und können nur gemeinsam den gewünschten Erfolg bringen.

„Ein erfolgreicher Vertrieb erfordert systematisches Vorgehen.“

Ohne die richtigen Steuerungsmaßnahmen verpuffen die besten Tools und Trainings. Ohne die passenden Werkzeuge und Prozesse können selbst die besten Führungskräfte ihre Teams nicht zum Erfolg führen. Deshalb ist es unerlässlich, dass Führungskräfte im Vertrieb nicht nur die Ziele vorgeben, sondern auch sicherstellen, dass die richtigen Maßnahmen zur Zielerreichung ergriffen werden. Dies bedeutet, dass sie eng mit den Sales-Enablement-Verantwortlichen zusammenarbeiten müssen, um zu gewährleisten, dass die Vertriebsmitarbeiter bestmöglich unterstützt werden.

Den Weg zum nachhaltigen Vertriebserfolg gehen

Ein erfolgreicher Vertrieb entsteht nicht von heute auf morgen. Es erfordert ein systematisches Vorgehen, bei dem Sales Enablement und Führung im Vertrieb Hand in Hand gehen. Nur wenn die Führungskräfte im Vertrieb ihre Rolle als Unterstützer und Wegweiser ernst nehmen und dafür sorgen, dass ihre Teams die notwendigen Fähigkeiten und Werkzeu-

ge erhalten, kann langfristiger Erfolg erzielt werden. Dabei ist es ausschlaggebend, dass Vertriebsentscheider nicht nur kurzfristig reagieren, sondern kontinuierlich daran arbeiten, ihre Mitarbeiter weiterzuentwickeln.

Sales Enablement und Führung im Vertrieb sind also keine separaten Disziplinen, sondern greifen ineinander wie Zahnräder in einem Getriebe. Nur wenn beide Bereiche optimal funktionieren, können Verkaufsteams auf hohem Niveau arbeiten und den gewünschten Erfolg erzielen. So entsteht ein skalierbares, nachhaltiges Vertriebssystem, das nicht von der individuellen Leistung einzelner Mitarbeiter abhängig ist, sondern auf klaren Prozessen und Strukturen basiert. ■



Verfasst von

Markus Milz

Er ist Gründer und Geschäftsführer der Milz & Comp. GmbH (www.milz-comp.de) in Köln. Das Beratungsunternehmen ist auf Strategie, Vertrieb und Pricing spezialisiert. Bei Haufe ist sein Buch „Systematischer Vertrieb“ (2020) erschienen.

E-Mail: milz@milz-comp.de



Sales Enablement

Kilian, D., Mirski, P., Lorenz, B.: Der praktische Start in Sales Enablement, in: Kilian, D., Mirski, P., Lorenz, B.: Quick Guide Sales Enablement, Wiesbaden 2022, <https://sn.pub/QLbSOY>

Binckebanck, L., Kant, M.: Die Potenziale im Vertrieb entfesseln, in: Sales Excellence, Nr. 7-8/2022, Wiesbaden 2022, <https://sn.pub/ja8kko>