

Projektmanagement im Vertriebsprozess



Der Vertriebsprozess

Noch immer gewähren viele Unternehmen ihren Vertriebsmitarbeitern die Freiheit die Verkaufsprozesse nach ihren Vorstellungen umzusetzen. Noch zu selten finden klar strukturierte Vorgehensweisen und unterstützende Leitlinien Anwendung, deren Verwendung den Verkaufserfolg sichtbar erhöhen würden. Im Gegensatz dazu werden altbekannte Vorgehensweisen immer wieder neu eingesetzt, auch wenn deren Erfolgswahrscheinlichkeit in Frage steht.

Phasen des Vertriebsprozess

Der vertriebliche Geschäftsprozess beinhaltet unterschiedliche Phasen. Unter anderem spielen dabei das Lead-Management, die Projektpipeline, die Accountplanung und -klassifizierung, das Forecasting, die Informationsbeschaffung, Wettbewerbsanalysen und weitere Dinge eine wichtige Rolle.

Anforderungen an einen VB

Für den Vertriebsmitarbeiter bedeutet das, er muss sich auf seine Kunden und sein Produkt einstellen, er muss gewissenhaft und realitätsnah planen, er muss jederzeit in der Lage sein über den Status der Projekte zu berichten, er muss möglichst genaue Forecasts abgeben können, die Abschlusswahrscheinlichkeit eines Deals schätzen und alle relevanten Einflussfaktoren beachten. Dazu muss er gut darüber informiert sein, welche Entscheidungsfaktoren für den Kunden relevant sind und sich auf mögliche Einwände vorbereiten. Er muss sich, sein Unternehmen und die Produkte optimal präsentieren können und in der Lage sein auch unvorbereitet Lösungswege für Probleme oder Schwachstellen aufzeigen zu können. Außerdem muss er sein Verhältnis gegenüber seinen Kunden, seinem Management und allen anderen Abteilungen des Unternehmens pflegen um die notwendige Unterstützung und Informationen zu bekommen, die ihm bei der Umsetzung seiner Aufgabe, nämlich dem Verkauf der Produkte und Dienstleistungen, hilfreich sein können. Weiterhin muss er sich auch mit den Produkten und Angeboten der möglichen Wettbewerber beschäftigen um im Kundengespräch entsprechend vorbereitet zu sein.

Management von Vertriebsprojekten

Die Umsetzung all dieser Aufgaben benötigt nicht nur Zeit, sondern bedarf einer vertriebspezifischen eigen-Organisation. Organisation als solches besteht grundsätzlich aus einem Aufbau und einem Ablauf. Ein Blick in die Unternehmensorganisation genügt in der Regel um alle am Verkaufsprozess Beteiligten zügig ermitteln zu können. Beispielsweise spielen die Serviceabteilung oder die Administration durchaus eine Rolle innerhalb des Verkaufsprozesses. Die Visualisierung der relevanten Organisationseinheiten durch ein Organigramm kann ein sehr hilfreiches Mittel zum Verständnis für alle Beteiligten sein. Versucht man nun alle Abläufe ebenfalls zu dokumentieren, so wird sehr schnell die Komplexität des gesamten Verkaufsprozesses deutlich. Ohne ein professionelles Management und eine strukturierte Vorgehensweise wird es zumeist schwierig alle Prozesse so auszurichten, dass der gewünschte Erfolg erreicht wird.

Einsatz von Projektmanagement Methoden

Damit wird der Verkauf als solches selbst zu einem Projekt für das die Anwendung eines Projektmanagements nicht nur mehr als sinnvoll sondern notwendig ist! Dadurch erhöht sich die Qualität des Verkaufens, alle Schritte werden dokumentiert, wichtige Meilensteine definiert, die Vorgänge koordiniert, das Reporting erleichtert, die Kommunikation verbessert und die Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Abschlusses vergrößert. Erfolgreiche Vorgehensweisen lassen sich wiederverwenden und Zeiträume besser einschätzen. Außerdem findet man in der Nachbereitung eines Verkaufsprozesses wesentlich einfacher zukünftige Optimierungsmöglichkeiten. Damit wird eine professionelle Vorgehensweise sichergestellt, die sowohl vom eigenen Unternehmen als auch von den Kunden geschätzt wird.

Auswahl und Adaption der passenden Methode

Projektmanagement als solches ist eine umfangreiche Disziplin. Es gibt verschiedene Ansätze und Vorgehensweisen, die jedoch alle dasselbe Ziel verfolgen: Den erfolgreichen Abschluss eines Projekts. In Time, in Budget und in Scope, so die drei Hauptfaktoren des Erfolgs. Umfassende Methoden wie Pmbok oder Prince/2, aber auch das von Microsoft propagierte Solutions Framework, jedoch passender für IT-Projekte, oder die Ansätze des Agile Managements sind in ihrer Gesamtheit sicherlich zu umfangreich um den Anforderungen an ein Vertriebsprojekt gerecht zu werden. Eine Extraktion davon, eine sinnvolle Untermenge, die dabei unterstützt Vertriebsaktivitäten effizienter und effektiver auszurichten, genügt für den Anfang. Wie dies konkret aussehen kann, stellen wir Ihnen gerne bei einem persönlichen Termin vor.

Der richtige Partner

Ein entscheidendes Kriterium für die Einführung von Projektmanagement-Methoden im Vertrieb ist die Auswahl des richtigen Partners. Neben Kompetenz, Erfahrung und Fachwissen, sollte er über entsprechende Projektmanagement- und Vertriebserfahrung verfügen. Dies garantiert eine

- optimale Einführung in die Thematik,
- professionelle, ergebnisorientierte Workshops und
- die Akzeptanz der Vorgehensweise durch die Geschäftsleitung des Auftraggebers.

Mit der Auswahl der Hoffmann Consulting Services treffen Sie die richtige Entscheidung!

Kontakt:



email: info@hoffmann-consultingservices.de
Tel: +49 (71 41) 24 22 473
mobil: +49 (1 72) 83 22 925