C-R-Q: Professioneller Vertrieb



Mitarbeiter und Führungskräfte in Verkauf und Vertrieb haben vielfach ein [[[sehr professionelles Selbstverständnis]]]. Ihre Leistungen werden auch oft besonders honoriert. Nicht zuletzt, weil sie Umsatz generieren, von dem alle im Unternehmen leben.

C-R-Q steht für Customer Relationship Quality und von der Qualität der Kundenbeziehungen hängt Erfolg im Vertrieb maßgeblich ab. Kundenbeziehungen sind von verschiedenen Faktoren geprägt, welche die g-t-b in ihrem C-R-Q-Faktorenmodell wissenschaftlich analysiert hat.

Der vielleicht wichtigste Faktor im Vertrieb ist das [[[Kundenbild: **Als Verkäufer benötige ich ein Verständnis von meinen Kunden, mit dem sich praktisch arbeiten lässt.**]]]

Welches Kundenbild für den Vertrieb?

Im Vertrieb werden vielerorts noch Ansätze favorisiert, in denen die "Persönlichkeit" des Kunden im Mittelpunkt stehen soll. Der Verkäufer soll den Kunden bzw. potenziellen Käufer möglichst schnell und sicher analysieren und in ein [[[psychologisches Typenschema]]] einordnen. Der Verkäufer richtet dann im Verkaufsgeschehen sein Verhalten auf die so "diagnostizierte" Persönlichkeit des Kunden aus. So will man zum eigenen Vorteil (Abschluss) nutzen, was der Kunde womöglich nicht einmal selbst von sich weiß.

> *Ob diese Methoden funktionieren, ob dies überhaupt gelingen kann, ist wissenschaftlich äußerst umstritten. Andere Menschen in Typen zu klassifizieren, gehört zu unseren Alltagsintuitionen, ist jedoch nachweislich äußerst fehlerträchtig. In den im Vertrieb häufigen kurzen Interaktionen wäre das selbst für Psychologen nicht zu leisten. Vertriebsprofis benötigen dagegen praktikable Konzepte und da ist es viel interessanter, sich mit den [[[Alltagsintuitionen seiner Verhandlungspartner]]] auszukennen...*

Im Training [[[C-R-Q Professioneller Vertrieb]]] verlangen wir vom Vertriebler keine Persönlichkeitsanalysen, sondern wir führen ein [[[situatives Modell von Käuferentscheidungen]]] ein, das sich einfach einsetzen lässt und im Vertrieb und Verkauf viele Möglichkeiten eröffnet.

Diese [[[**situative Menschenkenntnis**]]] ist für Trainingsteilnehmer [[[sehr leicht nachzuvollziehen]]], weil wir ja alle selbst Käufer sind und somit alles aus eigener Erfahrung prüfen und bestätigen können. Und es lässt sich ebenso leicht erkennen, [[[welche Handlungsweisen eines Verkäufers]]] in einer bestimmten Situation am erfolgversprechendsten sind.

Aufbau des Trainings

- Kaufen als [[[Kulturtechnik]]]
- [[[Professionelle Herangehensweise]]] an Situationen im Verkauf/Vertrieb
- Das [[["Käuferbild“]]] des Verkäufers/Vertrieblers
- [[[Situative Menschenkenntnis]]]: Typische [[[Kaufsituationen/arten]]] und deren Anforderungen für Käufer und Verkäufer
- [[[Welche Ziele in welcher Situation]]] verfolgt werden können
- [[[Übungen]]] zu den spezifischen Kaufarten (Kaufsituation erkennen und gezielt agieren)
- [[[Kaufheuristiken]]]: "Faustformeln“ und Intuitionen der Käufer
- Spezifische [[[Kaufsituationen aus der Praxis]]] der Teilnehmer
- [[[Sozial-kommunikative Kompetenzen]]] des Verkäufers für spez. Kaufsituationen
- [[[Sinnvolle Zielbildungen und Vorsätze]]] für die eigene professionelle Entwicklung im Vertrieb

Sie wollen mehr Professionalität im Vertrieb mit einer [[[neuen Sicht auf die Kundenbeziehung]]]? Dieses Training gibt die Antworten.