



Der Berufsverband  
für Training, Beratung  
und Coaching

# News & Facts



**BIRGIT SCHULZE-BERKTOLD**

**Einkaufen ist das neue Verkaufen**

Wie digitaler Wandel, VR, KI und Co. die  
Vertriebswelt auf den Kopf stellen

168 Seiten, Hardcover, Taschenbuch, E-Book  
ISBN 978-3-347-40322-2 (Hardcover)  
€ 28,80 (gebunden), € 14,80 (Taschenbuch)  
Tredition, Hamburg 2021

## Ein spannender Reiseführer in den Vertrieb von morgen

Dem Vertrieb steht nicht weniger als eine Revolution ins Haus. Die Digitalisierung selbst ist kaum den Kinderschuhen entwachsen, da stehen mit künstlicher Intelligenz und virtueller Realität ihre nächsten heraus- und vielleicht sogar überfordernden Ausbaustufen mit fast täglichen Innovationen ins Haus.

Für den Vertrieb beginnt die damit verbundene Mammutaufgabe schon im Kopf. Egal, wie sich die Welt in den letzten Jahren verändert hat und welchen Einfluss das Internet auf die Prozesse hatte: Das Verkaufen blieb ein vom Tagesgeschäft bestimmtes People Business, das sich hauptsächlich auf agile Verkäufer, clevere Akquise und kostbare Kundenkontakte stützte. Wenn Stress entstand, war dieser selten ein intellektueller und hatte mehr mit zunehmendem Druck und wachsender Konkurrenz in den Märkten zu tun. Es war nur Weniges dabei, das sich nicht mit klugen Weichenstellungen und Umsetzungsfleiß in den Griff bekommen ließ. Das Geschäft selbst blieb mehr oder minder das gleiche, und der klassische Typus des Verkäufers bis auf einige notwendige Häutungen unangetastet.

Mit dem digitalen Quantensprung hat diese trügerische Stabilität ein Ende gefunden, weiß *Einkaufen ist das neue Verkaufen. Wie die Digitalisierung, VR, KI & Co. die Welt des Vertriebs auf den Kopf stellen.* von Birgit Schulze-Berkoldt. Als Vertriebsfrau der ersten Stunde und heutige Expertin in Sachen Vertriebsstrategie und digital getriebener Verkauf hat sie den Wandel der vergangenen drei Dekaden miterlebt und perspektivisch mitgestaltet.



Der Berufsverband  
für Training, Beratung  
und Coaching

# News & Facts

Ihr Credo: Was seit dem Einzug des Internets in den letzten 20 Jahren geschah, ist ein Klacks gegen die Entwicklungen, mit dem sich Vertriebsorganisationen bereits in den nächsten fünf Jahren auseinandersetzen müssen.

An den meisten Vertriebsstrategen und -managern ist diese Erkenntnis keineswegs vorübergegangen. Nur fehlt es einem größeren Teil unter ihnen an der Klarheit, was insgesamt als Revolution auf sie zugerollt kommt, was darin von entscheidender Priorität ist und vor allem, wie sie diese Zukunft erfolgsorientiert anpacken sollen. „Gleichzeitig das immer hektischere Tagesgeschäft meistern? Ein Ding der Unmöglichkeit!“, tönt es aus vielen Chefetagen. Die möglichen Effekte: Unsicherheit und Zweifel, wahlweise Aktionismus oder Aufschieberitis und insgesamt mehr Widerstand gegen das Neue als Lust auf das Abenteuer, das mit VR und KI auf sie wartet.

„Wer das Morgen gestalten will, will muss das Gestern verstehen und wissen, was noch das Zeug zur Zukunft hat und was nicht.“ Davon ist Birgit Schulze-Berkthold überzeugt. Aus diesem Grund setzt ihr Buch weder bei Gruselszenarien an noch bei Luftschlössern, die im Reich unerfüllbarer Verheißung gebaut sind. Es geht darum, wie sich der Markt verändert, was die Kunden heute und zukünftig wollen und wie sie nicht nur zeitgemäß, sondern im besten Fall der Zeit voraus bedient werden können.

Zu den Themen von *Einkaufen ist das neue Verkaufen* gehören unter anderem die Perspektiven des Außendienstes in einer wachsend automatisierten Vertriebswelt und die Frage, wie sich klassischer Verkauf und Verkäufer neu erfinden müssen, um auf lange Sicht in der Poleposition des wichtigen Umsatzbringers bleiben zu können. Welche technologischen Durchbrüche stehen ins Haus, welche Eigenständigkeit und -dynamik entwickeln sie, und wie können sie mit den Menschen in einem System erfolgreich zusammenwirken? So lautet nur ein Teil der wesentlichen Herausforderungen, mit denen sich Birgit Schulze-Berkthold gleichermaßen informativ und motivierend auseinandersetzt.

Herausgekommen ist mit *Einkaufen ist das neue Verkaufen* weder ein trockenes Fachbuch noch eine penibel genaue Anleitung, was morgen, übermorgen und an allen Tagen danach exakt aufzugreifen ist. Dazu ist die weitere Zukunft bei aller Vorhersehbarkeit globaler Einwicklungen in den Details noch zu unbestimmt. Zu den zukunfts-kritischen, aber mit Engagement und Freude leicht zu meisternden Faktoren gehören unbegrenzte Offenheit sowie der Wille und das Vermögen, wenn nötig täglich und gravierend umsteuern zu können.

Birgit Schulze-Berktholds Buch nähert sich diesen komplexen Herausforderungen im Erzählstil mit vielen spannenden Geschichten, Begegnungen und eigenen Erlebnissen im Spiegel ihres



Der Berufsverband  
für Training, Beratung  
und Coaching

# News & Facts

Know-hows in Sachen Vertriebsstrategie und digitaler Revolution. Sie will nicht nur Bedenken zerstreuen, sondern weit darüber hinaus Lust auf Zukunft machen und die Begeisterung dafür schüren, die heranstürmenden Chancen beherzt ergreifen, statt ihnen auszuweichen oder sich in ihren Risiken zu verstricken.

*Einkaufen ist das neue Verkaufen* ist ein intelligenter, Mut machender und spannender Reisebegleiter in die technologische Zukunft des Verkaufens – ein Reiseführer voller Fingerzeige für die lohnendsten Ziele mit wertvollen Wegweisungen für den Vertrieb und den Unternehmenserfolg von morgen. Bei seinen Empfehlungen verliert er die Menschen und ihre Bedürfnisse in keiner Sekunde aus dem Blick. Als studierte Philosophin gehört dies zu Birgit Schulze-Berkolds Grundanliegen, nicht nur als Autorin, sondern insgesamt als Zukunftsbotschafterin des Vertriebs im 21. Jahrhundert.

[Birgit Schulze-Berkolds ist Mitglied im BDVT](#)