



Der Berufsverband
für Training, Beratung
und Coaching

News & Facts



Wie verändert die digitale Transformation den Vertrieb?

BDVT-Präsident Stephan Gingter interviewt Bodo Svenson.

Bodo Svenson

Geschäftsführer Schlütersche Marketing Services Hannover, Karlsruhe, Magdeburg GmbH, Geschäftsführer adEmma GmbH - <https://schluetersche.de/>

Beisitzer Präsidium BDVM, Bundesverband der Vertriebsmanager - <https://www.bdvm.eu/praesidium>

Stephan Gingter: **Welche Auswirkungen hat die digitale Transformation auf den Vertrieb?**

Bodo Svenson: Der Vertrieb/Verkauf wird sich massiv verändern müssen in den nächsten Jahren – und zwar immer mehr in Richtung Lösungsverkauf.

Die Kund/innen können sich über Produkte vorher informieren und sind, wenn die Vertrieblerin/der Vertriebler sich nicht qualifiziert auf die Kundin/den Kunden vorbereitet, mit mehr Wissen ausgestattet. Die große Chance für den Verkauf, sowie für die Unternehmen dahinter, sind mögliche Crossselling-Leistungen oder aber auch andere Dienstleistungen, um die Kundin/den Kunden dort abzuholen, wo sie/er steht.

Dafür ist es aber dringend notwendig, dass die Verkäufer/Vertriebler/innen bereit sind, mit der Kundin/dem Kunden ganz anders ins Gespräch zu kommen. Ich denke auch, dass die Vertrieblerin/der Vertriebler eine in Teilen beratende Funktion einnehmen wird bei den Kundinnen und Kunden. Das gleichzeitig sehe ich auch als Risiko. Denn gefühlt will keiner mehr in den Verkauf/Vertrieb, d.h. die Unternehmen finden keine Personen mehr, die diese notwendigen Gespräche mit den Kundinnen und Kunden führen.

Stephan Gingter: **Wie hat sich dadurch der Lernbedarf von Vertrieblern verändert?**

Bodo Svenson: Daraus resultiert eine ganz andere Art des Verkaufsgespräches und natürlich auch die Weiterentwicklung einer/s jeden Vertrieblerin/Vertrieblers. Der Lernbedarf ist riesengroß geworden. Wenn ich allein nur mal in unsere Verlagswelt hineinblicke: vor Jahren ging man einfach nur mit einem Print-Produkt und einem Standard Online Paket zum Kunden. Heute müssen unsere Medienberater/innen die ganzen Online Zusammenhänge verstehen und vor allem der



Der Berufsverband
für Training, Beratung
und Coaching

News & Facts

Kundin/dem Kunden das auch verständlich erklären können. In anderen Branchen ist es jetzt schon genau so gelagert. Es reicht nicht mehr, einfach nur ein Paket Schrauben zu verkaufen, das kann der Kunde/die Kundin sich auch allein im Internet bestellen, sondern eventuell Lagerverwaltungsprogramme oder ähnliches mit zu beraten und am Ende auch zu verkaufen.

Stephan Gingter: **Welche Aufgaben kommen da insbesondere auch auf Training, Beratung und Coaching aus Ihrer Sicht zu?**

Bodo Svenson: Für die Unternehmen, die Vertriebler/innen oder Verkäufer/innen beschäftigen, wird es aus meiner Sicht immer komplexer und komplizierter, sich mit den Themen Beratung, Trainings und Coachings zu beschäftigen.

Warum? Vor Jahren war es noch einfach, man holte sich eine/n Verkaufstrainer/in, stellte sie/ihn zwei Tage auf die Bühne und danach liefen die Vertriebler/innen wieder. Ist natürlich ein wenig Spaß dabei, so einfach war es denn doch nicht, aber im Grunde schon.

Heute braucht es vielmehr eine individuelle Einschätzung einer/s jeden Mitarbeiterin/s im Vertrieb. Es müssen die Menschen dort abgeholt werden, wo sie gerade stehen und eines ist auch klar, man wird nicht jede/n dorthin entwickeln können.

Die Verzahnung zwischen Vertrieb, Marketing, Kundenservice und Produktmanagement ist auch eine völlig andere geworden. D.h. auch gerade im Kreise der Vertriebler/innen muss es ankommen, dass nicht nur der Vertrieb der Herrscher aller Reußen ist. Das muss man coachen und der/demjenigen reflektieren, wie die einzelne Person auf andere wirkt. Und Trainings müssen auf individuelle Art stattfinden, um wirklich etwas zu erreichen, deswegen muss sich die Trainingsbranche auch anpassen an die Veränderung.

Einige der Trainingsunternehmen, die ich in Teilen kennen gelernt habe, versuchen immer noch, Trainingskonzepte auf ganze Organisationen überzustülpen. Dieses Modell hat aus meiner Sicht ausgedient. Auch hier glaube ich an einen Wandel, weg von Trainings hin zu persönlicher Entwicklung und Beratung sowie Einzelcoachings; und das auch und insbesondere bei vielen Führungskräften. Es gibt gerade im Bereich der Unternehmensleitung noch sehr viele Menschen, die es nicht wahrhaben wollen, dass auch sie sich ändern müssen. Aber auch das kann man coachen und trainieren, nur auch da, sehr individuell auf die Person zugeschnitten.

Stephan Gingter: Vielen Dank für Ihre Antworten. Und weiterhin viel Erfolg.