

KOLUMNE
Expertenwissen für den Vertrieb

Claudia Huhn
Beratung Coaching Training



Claudia Huhn –
Beratung Coaching Training
Tel.: +49 2739 891080
ch@claudiahuhn.de
www.claudiahuhn.de

Infos zur Autorin



ÜBERLEBEN IM DIGITALEN WETTRÜSTEN: SO MACHEN SIE AUS DER KRISE EINE CHANCE IM VERTRIEB

Frage: Digitales Wettrüsten, Mitarbeiterknappheit, unsichere Zukunft, es nimmt kein Ende und egal, wo ich hinschaue, überall das Gleiche. Manchmal möchte ich den Kopf in den Sand stecken oder weglafen. Für das Thema Vertrieb habe ich keine Ressourcen bzw. keine Energie. Was jetzt?

Ja, ich kann Sie verstehen. Nur ändert mein Verstehen nichts an der Situation. Selbstverständlich würde jeder Unternehmer gerne nur bei strahlendem Sonnenschein segeln und immer nur als erster über die Ziellinie schießen. Und wenn man dann mit viel Einsatz endlich erfolgreich ist, dann soll das bitte auch so bleiben, zumindest mal für eine Weile.

Es ist nichts Neues, dass es diesen paradiesischen Zustand leider nicht dauerhaft und sicher gibt, würde er doch einem Perpetuum mobile gleichen, bei welchem es sich auch um eine Lüge handelt. Im Wort selbstständiger Unternehmer liegt die klare Definition der Aufgabe: selbst und ständig unternehmen. Die Entscheidung zur Selbstständigkeit beinhaltet immer auch die Entscheidung für ein dauerhaftes „Aktiv sein“. Bis dahin alles kalter Kaffee, haben Sie sicherlich schon x-mal gehört bzw. gelesen. Deshalb verlieren die Inhalte allerdings trotzdem nichts an Aktualität. Es liegt in Ihrer Verantwortung als Unternehmer, die Vertriebsaufgabe Ihres Unternehmens aktiv zu gestalten. Entweder tun Sie dies selbst oder Sie bezahlen dafür, dass diese Aufgabe in Ihrem Sinne erledigt wird. Die Voraussetzung hierfür ist Ihre Entschiedenheit. Treffen Sie aktiv eine Entscheidung, wie Sie dieses Thema in der Zukunft angehen wollen. Wenn Sie nicht wissen wie, dann suchen Sie Rat bei einem Experten, das spart Zeit, Energie und Nerven. Und so ein professioneller Wegbegleiter unterstützt insbesondere dann, wenn die eigene Motivation nachlässt. Aus diesem Grund haben alle Profisportler einen Coach, der dafür sorgt, dass es in schwierigen Situationen weitergeht.

Eine weitere bekannte Weisheit ist die, dass jede Krise ihre Gewinner und Verlierer hat. Wenn Krisen also auch Gewinner hervorbringen, dann, so denke ich, ist es doch gar nicht mehr so zwingend notwendig, den Kopf in den Sand zu stecken bzw. weglafen zu wollen. Vielmehr stellt sich die Frage, was müssen Sie tun, um ein Gewinner dieser Veränderungen zu sein. Übertragen wir all die genannten Weisheiten auf den Vertrieb, so ergibt sich daraus folgende Aufgabenstellung:

1. Treffen Sie die Entscheidung, dass das Thema Vertrieb in Zukunft strategisch wichtig ist und aktiv bespielt wird. Denn am Ende nützt Ihnen die schönste Krone nichts, wenn niemand eine solche bei Ihnen in Auftrag gibt.
2. Entscheiden Sie, wer dieses Thema bedient. Wenn Sie keine Kapazitäten dafür haben, dann suchen Sie jemanden, der sich dieser Aufgabe annehmen möchte. Im ersten Schritt in Ihrem Unternehmen oder in Ihrem Umfeld, im zweiten Schritt auf dem freien Markt. Der zu suchende Mitarbeiter muss nicht zwingend einen zahntechnischen Hintergrund haben. Er muss in aller erster Linie Kundenbeziehungen managen können.
3. Um ein Gewinner zu sein, gilt es, die Dinge anders zu tun. Denn in der Krise ist es wichtig, neue Wege auszuprobieren und nicht immer wieder mit dem Kopf durch die gleiche Wand zu wollen. Die Zahntechnik ist von jeher geprägt von einem Wettrüsten. Zu Beginn war es das technische Wettrüsten, dann das Service-Wettrüsten, jetzt ist das Wettrüsten wieder technisch geprägt, weil die Zahntechnik digital wird. Anders als die anderen wären

Sie, wenn Sie entscheiden würden, dass ein erstklassiges Produkt in Verbindung mit einem erstklassigen Service die Basis für Ihren Erfolg darstellt, der Unterschied zu allen anderen aber im emotional-strategischen Faktor liegt, bzw. in der Fähigkeit, Beziehungen zu managen. Viele andere Branchen haben diesen Turnaround längst hinter sich, dort würde ein solcher Tipp nur noch müde belächelt. Probieren Sie es aus, zu verlieren haben Sie nichts. Sie können lediglich gewinnen.

4. Stehen Sie zu der Entscheidung, die Sie getroffen haben. Stellen Sie sie nicht täglich infrage. Neue Wege brauchen Zeit, um Routine zu entwickeln und Ergebnisse zu erzielen.
5. Stören Sie sich nicht daran, dass andere Ihnen erzählen wollen, dass Ihre Entscheidung falsch ist und Ihnen raten, bei dem zu bleiben, was schon immer gepasst hat.
6. Feiern Sie Ihre Erfolge, denn auch das gehört dazu.

Fazit: Es gibt Zeiten, die stürmischer sind als andere. Weglaufen ist eine Option, zumeist nicht die beste. Entschiedenheit heißt hier das Zauberwort. Die Entschiedenheit, die Dinge zu tun und sie ab sofort anders zu tun, aktiviert und sorgt für andere Ergebnisse. Ein Wegbegleiter kann unterstützen, im besten nicht nur mit Motivation, sondern auch noch mit Fachwissen. Starten Sie Ihre Karriere als Kundenbeziehungsmanager, Sie werden sehen, dass lässt sich nicht kopieren.

Viel Spaß beim Entscheiden!

BVD weiter auf Wachstumskurs

Die Unternehmen MELAG Medizintechnik und Anton KERN sind neue Mitglieder im BVD. Nachdem im März letzten Jahres schon die dental bauer Gruppe und Dürr Dental als neue Mitglieder gewonnen werden konnten, wächst der BVD auch in diesem Jahr weiter.

Das traditionsreiche Berliner Familien-Unternehmen MELAG Medizintechnik wurde vom Präsidium des BVD als neues Kooperatives Mitglied aufgenommen. Dazu die geschäftsführenden Gesellschafter Dr. Niklas und Sebastian Gebauer: „Wir freuen uns sehr, dass wir nun Mitglied im BVD sind und die Arbeit aktiv mitgestalten können. Der Verband ist eine wichtige Plattform für die handelstreuenden Dentalhersteller und wir möchten mit unserer Mitgliedschaft auch ein starkes Signal senden, wie wertvoll

die Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel ist.“

Auch BVD-Präsident Jochen G. Linneweh zeigt sich überzeugt, dass MELAG als neues Verbandsmitglied eine Bereicherung darstellt. Es zeige sich auch hier, dass die Neuausrichtung des BVD sehr attraktiv für Unternehmen der Dentalbranche sei.

Das Präsidium des BVD hatte ebenfalls Anton KERN, einen familiengeführten, regional tätigen Dentalfachhändler als Mitglied aufgenommen. Christian Kern, geschäftsführender Gesellschafter von Anton KERN, sagte dazu: „Die schnelle Aufnahme in den BVD passt uns sehr gut. 2023 wird unser Unternehmen Anton KERN 100 Jahre alt. Zu diesem wichtigen Geburtstag erfolgt der Eintritt in den einzigen Dentalfachhandelsver-

band, den BVD. Die Mitgliedschaft ist für uns als regional ausgerichtetem Unternehmen sehr wichtig. Direkt mit der Aufnahme haben wir unsere aktive Mitarbeit angeboten, die umgehend angenommen wurde. So sind wir sicher, dass unsere Anliegen und Interessen auch gehört und aufgenommen werden.“ Die Gestaltung an der Neuausrichtung, so Kern weiter, sei für ihn sehr wichtig. Der Dentalfachhandel brauche auch in der Zukunft einen starken Verband.

BVD-Präsident Linneweh gab seiner Hoffnung Ausdruck, dass die wachsende Mitgliederzahl weitere interessierte Unternehmen zu einem Beitritt ermutigen könne.

Quelle: BVD Bundesverband Dentalhandel e.V.