

Ablauf eines Projekts zum Vertriebsaufbau

In diesem Dokument finden Sie einen typischen Ablauf für einen Vertriebsaufbau bei Julia Berlin Coaching sowie die Beantwortung häufig gestellter Fragen.

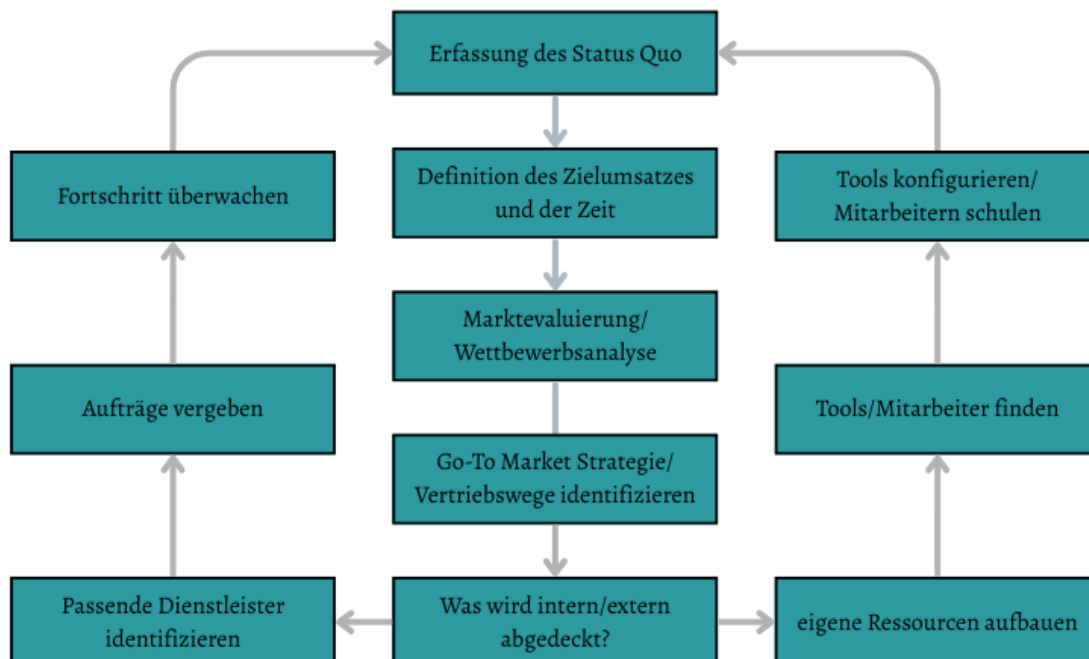
Über was für eine Art von Vertrieb reden wir?

Beim Vertrieb von erklärungsbedürftigen Produkte oder Dienstleistungen, bewegen wir uns im klassischen B2B-Vertrieb (genauer im technischen Vertrieb, B2B steht für Business to Business). Das heißt, Unternehmen verkaufen keine Produkte an Einzelpersonen, sondern an andere Unternehmen oder öffentliche Institutionen. Hier entscheiden mehrere Personen über eine Investition, die aus unterschiedlichen Abteilungen kommen können.

Die Verkaufszyklen im B2B-Vertrieb werden mit steigendem Investitionsvolumen länger und die dazugehörigen Angebote sind individueller und stärker beratungsorientiert. Im Vergleich zum klassischen Endkundengeschäft sind B2B-Transaktionen größer und langfristiger angelegt. Daher ist man gut beraten eine nachhaltige Vertriebsstrategie aufzubauen, um eine enge und vertrauensvolle Beziehung zu Geschäftskunden aufzubauen, die die Zeit bis zur nächsten Investition überdauert (und das kann je nach Produkt eine lange Zeit sein!).

Kann ich mir einen professionellen B2B-Vertrieb leisten?

Ja! Es muss nicht immer gleich die Außendienstmannschaft mit den dicken Dienstwägen sein um erfolgreich zu verkaufen! Sie haben bis heute schon Produkte/Dienstleistungen verkauft, das heißt es gibt Know-How, auf dem wir aufbauen können. Dieser Status Quo, gepaart mit Ihren Vorstellungen, wie Ihr Unternehmen in der Zukunft aufgestellt sein soll, ermöglicht es mir eine Vertriebsstrategie zu finden, die zu Ihrem Budget und Ihren Visionen passt. Dabei gehe ich nach folgendem Muster vor:



1. Erfassung des Status Quo: In einem Kick-Off Meeting bei Ihnen vor Ort oder im [Coworking by pro office](#) (Groner Str. 17c, 37073 Göttingen) erfasse ich den aktuellen Zustand Ihres Unternehmens mit besonderem Fokus auf Sichtbarkeit nach außen. Wir beleuchten vorhandene Vertriebskanäle, Marketingaktivitäten, vergangene Projekte.
2. Sie nennen mir Ihren Zielumsatz und den zeitlichen Rahmen, in dem der Zielumsatz erreicht werden soll. Mit diesen Informationen gehe ich in die
3. Marktevaluierung (optional). Hier recherchiere ich die Gesamtmarktgröße und Wettbewerbssituation, insbesondere die Go-To Market Strategie. Diese Informationen teile ich anschließend mit Ihnen. Gegebenenfalls wird nun der Zielumsatz korrigiert.
4. Als nächstes erarbeite ich mögliche Go-To Market Strategien unter Bezugnahme Ihrer Rahmenbedingungen und Wachstumsmöglichkeiten. Vertriebswege können Innendienst, Außendienst, hybride Modelle sowie externe Dienstleister beinhalten. Unterstützende Marketingmaßnahmen stelle ich Ihnen ebenfalls vor. Je nach Bedarf erstelle ich einen Budget-Plan für die jeweiligen Strategien.
5. Sie entscheiden, welche Maßnahmen Sie intern ausbauen wollen, und welche Sie an externe Dienstleister abgeben möchten.
6. Ab jetzt laufen der Aufbau von externen und internen Ressourcen parallel: Ich unterstütze Sie dabei geeignete Dienstleister zu identifizieren und zu beauftragen. Hierbei handelt es sich oft um: Marketing Agenturen, die Ihre Webseite ausbauen und optimieren. Social Media Experten, die Ihre Präsenz auf LinkedIn, Facebook und Co. professionell aufziehen. Recruiter, die helfen offene Stellen zu besetzen. Nur um einige zu nennen.
Gleichzeitig identifizieren wir genau welche Tools, Mitarbeiter und weiterführende Ressourcen benötigt werden. Dabei kann es sich um ein [CRM-System](#), Vertriebsmitarbeiter, Auftragssachbearbeiter, oder ganz andere Maßnahmen handeln. Je nachdem, was Sie sich vorstellen. Gern schreibe ich die entsprechenden Stellenausschreibungen, sehe mir die Bewerbungen an und moderiere die Bewerbungsgespräche.
7. Im nächsten Schritt vergeben Sie die konkreten Aufträge an die jeweiligen externen Partner. Intern wählen Sie die konkreten Tools und stellen die richtigen Mitarbeiter ein. Auch hierbei steht Ihnen jederzeit meine Expertise zur Verfügung.
8. Dann überwachen wir regelmäßig die Ergebnisse der externen Partner (z.B. Zwischenmeetings zum Status Quo der neuen Webseite). In-House konfigurieren wir die neuen Tools und schulen die neuen und bestehenden Mitarbeiter, damit alle in den neuen Strukturen effizient und motiviert arbeiten können. Auch in diesem Schritt biete ich mit einer Vielzahl von Schulungen die passende Unterstützung. Optional halte ich Ihnen Prozesse schriftlich fest, damit sie auch zukünftig von neuen Mitarbeitern zuverlässig umgesetzt werden können.
9. Zuletzt verlassen wir den ersten Iterationszyklus und prüfen gemeinsam den neuen Status Quo. Bei wachsenden Strukturen ist es unerlässlich, die Zielsetzung, Marktevaluierung und Go-To Market Strategie in regelmäßigen Abständen zu prüfen. Unterlässt man dies, riskiert man Stagnierung oder sogar eine höhere Kostenstruktur bei sinkenden Umsätzen. Auch bei diesen strategischen Neuevaluierungen bin ich gern für Sie da.

Ich begleite Sie in dem kompletten Prozess aktiv – ob punktuell oder über einen längeren Zeitraum hinweg. Sie möchten genauer wissen, wo Sie ansetzen müssen? Füllen Sie meinen [Fragebogen zur Erfassung der Vertriebseffizienz](#) aus und erhalten Sie von mir eine erste Einschätzung.

Bei welchen Aufgaben kann Julia Berlin Coaching mich im Vertrieb noch entlasten?

Hier ein Auszug von Leistungen, die im Vertriebsaufbau, nach individueller Absprache aber auch außerhalb von mir ausgeführt werden:

- Erstellen von **Stellenprofilen** und verfassen von **Stellenanzeigen**
- **Moderation** von **Bewerbungsgesprächen**
- **Interne Mitarbeiterinterviews** zur Analyse von Potenzialen und Herausforderungen
- **Workshops** zu Themen wie z.B. Vertrieb, Stressmanagement, Zeitmanagement, Kommunikation
- **Schulungen für Innen- und Außendienstteams**
- Begleitung bei der **Planung und Durchführung von Messen oder Fachkonferenzen**
- **Budgetplanung** und Erstellen von **Reportingvorlagen** für Vertriebs- und Marketingkanäle
- Coaching für eine **wertschätzende und motivierende Mitarbeiterführung**
- **umfassende Beratung** zu allen Themen rund um den Vertrieb und Marketing

Ihr konkreter Bedarf ist nicht aufgelistet? Lassen Sie uns bei einem [kostenlosen Erstgespräch](#) gemeinsam evaluieren, was möglich ist.

Ihr Vorteil:

Sie erhalten einen 360°-Blick auf alle vertriebsrelevanten Aspekte Ihres Unternehmens. So können Sie fundierte Entscheidungen treffen – bevor kostspielige Maßnahmen umgesetzt oder neue Strukturen eingeführt werden.