

[Home \(/\)](#) > [BAV-Newsletter Übersicht \(/nl123ba456\)](#) > [Archiv \(/nl123ba456/uebersicht\)](#) > [April 2016 \(/nl123ba456/uebersicht/04\\_2016\)](#) > [Sales-Tipp: Entscheider vs. Wächter](#)

## Teil 2: Wie kommen Sie zu mehr Abschlüssen nach Angebotslegung?



Der systematische Verkaufsansatz für die betriebliche Altersvorsorge: Wie kommen Sie zu mehr Abschlüssen nach Angebotslegung? Alfons Breu, B2B-Coach mit Schwerpunkt BAV gibt im 2. Teil der Serie Tipps und zeigt erste Schritte, um der Angebotsfalle im Firmengeschäft zu entrinnen.

### Teil 2 der Serie: Mehr Abschlüsse nach Angebotslegung

Im Jänner-BAV-Newsletter brachten wir Teil 1 der Sales-Tipps von Alfons Breu. Konkret ging es um die Frage: "Wie kommt man zu mehr Abschlüssen nach der Angebotsphase?" ([/nl123ba456/uebersicht/02\\_2016/sales](#))

Die Angebotslegung ist häufig der Anfang von Verkaufsbemühungen, mit denen VermittlerInnen im mittelständischen Firmengeschäft nicht zum gewünschten Ergebnis kommen.

Was macht das Firmengeschäft so schwierig?

Dieses Geschäft unterscheidet sich in dreifacher Hinsicht vom Privatkundengeschäft:

- ✓ Komplexere Kundenseite – mehrere Personen sind kundenseitig an der Kaufentscheidung beteiligt
- ✓ Lange Bedenkzeit der KundInnen, da die Entscheidung teilweise große Änderungen im Unternehmen mit sich zieht - Beispiel: Betriebliche Altersvorsorge

### Wie überwinden Sie den "Abschlusskiller Nummer Eins"

Sie haben genau vier Möglichkeiten. Die erste mag überraschen, sollte aber in Betracht gezogen werden: Sie geben den Verkaufsvorgang auf. Vielleicht ist einfach kein Bedarf gegeben, zumindest derzeit nicht. Ob Bedarf besteht, hängt von der subjektiven Problemwahrnehmung der kaufbeeinflussenden Personen ab. Der Vorteil, einen Vorgang mit geringen Erfolgchancen aufzugeben, ist groß. Es verschafft Ihnen Zeit für einen neuen, erfolgversprechenderen Firmenkunden.

Wenn Sie aber einen Abschluss erzielen möchten, bleiben Ihnen **drei Möglichkeiten**:

- ✓ Sie überzeugen den Wächter davon, dass es für beide Seiten Vorteile hat, wenn Sie gemeinsam den Entscheider aufsuchen.
- ✓ Sie suchen und finden eine andere Person (einen "Helfer") in dem Unternehmen, die Ihnen die Tür zum Entscheider öffnet.
- ✓ Sie gehen direkt auf den Entscheider zu.

Letzteres birgt die Gefahr, dass sich der Wächter

- ✓ Im Firmengeschäft ist nicht nur das Verkaufsgeschick über den Erfolg ausschlaggebend, sondern auch die Bedarfssituation im Unternehmen

## Wächter vs. Entscheider

Eine Analyse von über 4.000 Verkaufsvorgängen im Firmengeschäft hat gezeigt, dass im Schnitt **vier Personen an einer Kaufentscheidung mitwirken**. Davon nimmt jedoch meistens nur einer beim Ersttermin teil (in der BAV meistens der Personalverantwortliche). An dieser Stelle sollten Sie eine feine Unterscheidung treffen zwischen den Funktionen Ihrer Gesprächspartner und deren Rollen, die sie im Zusammenhang mit dem Kaufentscheidungsprozess spielen. Diese Rollen sind entweder aufgrund klarer Regeln im Unternehmen vorgegeben oder einzelne Personen wählen sie selbst. Es gibt in jedem Kaufprozess vier verschiedene Rollen: Den oder die Wächter, einen Entscheider, die Nutznießer der betrieblichen Altersvorsorge und im Idealfall einen Helfer. **Betrachten wir die Rollen einmal genauer:**

### Der Wächter

Der oder die Wächter wachen, wie es das Wort schon sagt, darüber, dass nur Angebote einer ernsthaften Prüfung unterzogen werden, die einen konkreten Bedarf im Unternehmen abdecken. Wenn diese Vorentscheidung gefallen ist, handeln die Wächter die beste Lösung aus und wählen den aus ihrer Sicht besten Anbieter. Die Wächter sind also die erste Hürde, die Sie zu nehmen haben.

### Der Entscheider

Der Entscheider trifft, die Kaufentscheidung. Das ist immer eine Person, auch wenn die Geschäftsleitung aus mehreren Köpfen besteht. Er entscheidet dafür oder dagegen aufgrund der Zuarbeit durch den Wächter.

Hier sind wir bereits beim **Abschlusskiller Nummer Eins**. Weltweit und in allen Branchen sind nicht identifizierte bzw. kontaktierte Entscheider der Hauptgrund für entgangene Abschlüsse. Auch wenn der Wächter darauf besteht, das Angebot selbst dem Entscheider vorzustellen, ist die Gefahr groß, dass es zu keinem Abschluss kommt. Das ist besonders tragisch, wenn man den Zeitaufwand (Ersttermin, Angebot, Zweittermin etc.) bedenkt.

übergangen fühlt. Nur, wenn er den Zugang blockiert, müssen Sie hier einen anderen Weg einschlagen. Manchmal ergibt sich allerdings auch eine Chance, wenn die Position des Wächters neu besetzt wird.

Deshalb gehört **aktive Geduld** zu den Tugenden eines erfolgreichen Vermittlers im Firmenkundengeschäft. „Aktiv“ meint, über die Veränderungen in den ausgewählten Unternehmen auf dem Laufenden zu sein, um im richtigen Augenblick das Richtige zu tun. Tipps zum Managen aller erfolversprechenden Verkaufsvorgänge erfahren Sie im dritten Artikel zum systematischen Verkaufsansatz für die betriebliche Altersvorsorge.

### Zum Autor:

**Alfons Breu**  
Vertriebscoach mit  
Schwerpunkt  
Firmengeschäft, intensiv  
im BAV Segment tätig



Der bayerische Dienstleister b2b coach GmbH & Co. KG ist auf das Gewinnen von Aufträgen im komplexen Firmengeschäft konzentriert. Fünf Coaches mit unterschiedlichen Kompetenzen stehen als zusätzliche Vertriebskapazitäten zur Verfügung. Der von b2b coach entwickelte systematische Verkaufsansatz wird in Praxis-Workshops und im Big Deal Coaching an konkreten Verkaufsvorgängen vermittelt.

b2b coach GmbH & Co. KG  
[www.b2b-coach.de](http://www.b2b-coach.de) (<http://www.b2b-coach.de>)

© 2016 Zurich