



Vertriebsspezialist



Markus Junker

BESTE DIENSTLEISTUNGEN FÜR IHRE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG KOMPETENT - SERIÖS - EFFIZIENT

Zwei Dinge sind für ein Unternehmen heute unverzichtbar: seinen Markt zu kennen sowie ständig neue Kunden gewinnen und Bestandskunden betreuen. Ein sehr probates Mittel, etwas über seine Märkte zu erfahren und den Vertrieb zu beleben, ist regelmäßiges Telefonieren mit der (potenziellen) Zielgruppe. Der Einsatz eines Vertriebsspezialisten hilft dabei und entlastet die eigenen Mitarbeiter von dieser ungewohnten und oft ungeliebten Tätigkeit. Die kümmern sich stattdessen um die Abwicklung der neuen Aufträge.

„GUTE STIMMUNG ÜBERTRÄGT SICH DURCHS TELEFON“

Der Vertriebsspezialist VDS aus Heilbronn hat sich auf wirkungsvolle Vertriebsunterstützung für Unternehmen spezialisiert. Seit der Gründung 2003 wächst die Zahl zufriedener Kunden stetig. Wir sprechen mit dem Gründer und Inhaber Markus Junker.

Herr Junker, können Ihre Kunden den Vertrieb nicht mehr selber leisten, oder warum wird ihr Unternehmen damit beauftragt?

(lacht) Natürlich können unsere Kunden das selber. Wir unterstüt-

zen sie dabei aber wirkungsvoll mithilfe des Telefons. Das Telefon ist heute trotz Computer und Internet noch immer unser wichtigstes Arbeitsmittel, ermöglicht es doch einen direkten Kontakt zu den Geschäftspartnern. Mit einer Schnelligkeit und Flexibilität wie kein anderes Medium ist es näher dran am direkten persönlichen Gespräch als alle anderen Medien. Außerdem transportiert es auch Zwischentöne und Stimmungen, die für ein Gespräch oft wichtiger sind als die gesprochenen Worte. Die sind an einem gelungenen Kommunikationsvorgang nämlich nur

Lesen Sie weiter auf Seite 3

DEN UNTERNEHMEN INFORMATIONEN, KONTAKTE UND ZEIT VERSCHAFFEN

Unternehmen leisten Hervorragendes, Telefonieren gehört oft nicht dazu – Spezialisten sorgen für große Entlastung

VDS Vertriebsspezialist in Heilbronn ist kein klassisches Call Center. Mit den konsequent auf Qualität ausgerichteten Vertriebsdienstleistungen hat sich das 2003 von Markus Junker gegründete Unternehmen bestens etabliert. Kunden profitieren von seriösen Vertriebsunterstützung, flexibler Kapazität und erfolgreichen Direktverkäufen. Die meisten Erstnutzer werden zu begeisterten Stammkunden.

„Viele Unternehmen haben die gleichen Schwierigkeiten bei der Gewinnung von Neukunden über das Telefon: nebenbei kann man das nicht erledigen und wer es ganztags betreibt, kann seiner eigentlichen Arbeit nicht mehr nachkommen“, erzählt Markus Junker. Der Gründer und Inhaber von VDS Vertriebsspezialist in Heilbronn muss es wissen, schließlich ist er seit der Gründung 2003 für seine Kunden erfolgreich. 25 Mitarbeiter vereinbaren Termine, verkaufen aktiv, gewinnen Neukunden oder führen z.B. eine Marktanalyse durch. „Dabei betreiben wir keinen harten Telefonverkauf wie viele große Call-Center, die auf Quantität zählen. Wir legen Wert auf Qualität“, erklärt der gebürtige Heilbronner. Dementsprechend liest sich auch die Kundenliste von VDS. Ein süddeutscher Fertighaushersteller z. B. arbeitet seit Anbeginn mit VDS zusammen und möchte etwa 300 neue Häuser jährlich verkaufen, keiner spricht da von Massengeschäft. Die vorher gebrieften und qualifizierten Vertriebsassistenten bearbeiten dabei die vom Kunden gelieferten, durch Couponanzeigen erhaltenen, Adressen. Alles Menschen, die sich schon mit dem Eigenheimbau beschäftigen. VDS erstellt eine klare ABC-Analyse der Daten. Die Adressdaten werden in Abständen regelmäßig, zum Teil über Jahre, angerufen und sympathisch, freundlich nach dem Stand der Eigenheimplanungen gefragt. Die Antworten werden in der Datei so lange eingepflegt und der Adressat weitergeführt, bis der Grundstückserwerb erfolgt. Danach werden Termine mit dem Kunden vereinbart, Einladungen zum Besuch eines Musterhauses ausgesprochen und beim Treffen weitere Planungen besprochen. Die Marketingleiterin erklärt ei-

nen wesentlichen Vorteil: „Durch die Flexibilität der VDS-Mitarbeiter und das schnelle Reagieren, können wir uns einen erheblichen Vorteil gegenüber den Wettbewerbern sichern.“ Noch engere Filterkriterien legt ein Unternehmensberater aus Neckarsulm an, der sich auf Qualitätsmanagementprojekte spezialisiert hat. Auch er liefert VDS regelmäßig Adressen. Dann werden aus 300 – 400 Interviews lediglich 3 bis 4 Termine generiert. Was sich erschreckend mager anhört, ist jedoch gewollt, denn der Kunde möchte nur Firmen besuchen, bei denen in den folgenden sechs Monaten ein QM-Projekt gestartet wird. „Solche engen Filter können Sie nur mit sehr gut qualifizierten Mitarbeitern anwenden“, weiß IHK-Trainer Junker, der viele Schulungen selbst durchführt. „Als Angestellter habe ich früher oft gesehen, wie es nicht geht. Da wurden Mitarbeiter ungebrieft auf Interessenten ‚losgelassen‘ und wertvolle Adressen sinnlos ‚verbrannt‘.“

WORKSHOP

Mit dem Workshop „Neukundengewinnung“ unterstützen wir Sie beim Erstellen einer Neukundengewinnungsstrategie.

ANALYSIEREN DER IST-SITUATION

ERARBEITEN DER NEUKUNDENGWINNUNGS-ZIELE

DEFINIEREN IHRER ZIELGRUPPEN

FESTSTELLEN DER RAHMENBEDINGUNGEN DES MARKTES

KOMMUNIKATIONS- UND TERMINIERUNGSPROZESSE

Der Workshop findet direkt bei Ihnen vor Ort, am Telefon oder in einem Online-Video-Meeting statt. Dabei gehen wir gezielt auf Ihre Ansprüche, Bedingungen und Bedürfnisse ein.

Den Schatz der Kunden heben

VDS kann auch online direkt auf den CRM- oder ERP-Systemen der Kunden arbeiten und deren Adressdaten bereinigen. „Ein wichtiger Vorgang, denn viele Firmen haben im Laufe der Zeit riesige Datenmengen angesammelt, die ungepflegt und völlig wertlos vor sich hin dümpeln.“ So haben die Heilbronner für einen Messtechnikspezialisten in Baden Württemberg vier Mitarbeiter abgestellt. Um deren 8.000 Datensätze zu bereinigen, wurden alle Adressaten angerufen und eine klassische ABC-Analyse erstellt. Übrig blieben 5.000 wertvolle Adressen, mit denen das Unternehmen für künftige Marketingaktionen eine gute Basis hat. „Wenn unsere Mitarbeiter Direktverkäufe am Telefon durchführen, dann fühlen sie sich viel eher als Mitarbeiter unserer Kunden anstatt Mitarbeiter von VDS“, beschreibt Junker ein Beispiel, immer wenn für Deutsches Unternehmen telefoniert wird. Der Telefonverkauf läuft weitgehend über VDS. Reihum werden die Kunden angerufen und Bestellungen notiert oder konfektionierte Schnupperpakete zusammengestellt. Auch hier geht VDS immer gezielt auf die Anforderungen seiner Kunden und deren Kunden ein.

Gute Stimmung statt Glaspalast

Der Erfolg gibt den Heilbronnern recht. Mit stetem Wachstum vergrößert sich das Unternehmen seit der Gründung ständig. Erwirtschaftetes Geld wird sorgfältig reinvestiert, vor allem in die Technik oder die Schulung der Mitarbeiter. Einen Glaspalast als Zentrale sucht man vergebens. „Wir finanzieren alles ohne Bankkredite aus dem laufenden Cash-Flow“, gibt sich Junker bescheiden, „dafür ist das Team gut zusammengewachsen und die Stimmung immer gut.“ Ein kleines Erfolgsgeheimnis, denn wer gut gelaunt ist, kann auch am Telefon positiv wirken zu sieben Prozent verantwortlich, nonverbale Faktoren wie Stimmung, Tonalität, Modulation, Stimme und Körpersprache aber zu 75 Prozent. Übers Telefon transportieren wir Tonalität, Stimmlage und Modulation ebenfalls. Aber auch Ihre Stimmung kommt mit rüber.

“GUTE STIMMUNG ÜBERTRÄGT SICH DURCHS TELEFON“

Interview mit Markus Junker über qualitatives Telefonieren, effiziente Terminvereinbarung und Investitionspolitik

wenn Sie mit hochgezogenen Mundwinkeln telefonieren, dann kommt das viel besser rüber, als wenn Sie die Mundwinkel hängen lassen – probieren Sie's.

MIT VERTRIEBSDIENSTLEISTUNGEN

- TERMINE VEREINBAREN
- DIREKT, AKTIV VERKAUFEN
- NEUE KUNDEN GEWINNEN
- DATENBANKEN STRUKTURIEREN
- DEN MARKT BEOBACHTEN
- DEN MARKT ANALYSIEREN
- EINE VERTRIEBSABTEILUNG LEIHEN
- DEN VERTRIEB UNTERSTÜTZEN
- ZEITLICH FLEXIBLE VERTRIEBSASSISTENZ
- DIE ERREICHBARKEIT SICHERN
- EMAIL-BEARBEITUNG REALISIEREN
- ONLINE-PRÄSENTATIONEN
- CHAT-DIENSTLEISTUNGEN U

Haben Sie und Ihre Mitarbeiter denn immer was zu lachen?

Die Stimmung bei uns ist sicher sehr gut. Das liegt bestimmt auch daran, dass wir organisch wachsen. Um die Stammmannschaft von sechs Mitarbeitern Ende 2003 hat sich inzwischen ein Team von 25 Mitarbeitern entwickelt, das sich ganz gut versteht. Außerdem haben wir eine sehr geringe Fluktuation. Die meisten Mitarbeiterinnen sind schon über 10 Jahre dabei. So gesehen können wir auf mehr als 250 Jahre Erfahrung zurückblicken (schmunzelt).

Was sind denn Ihre Erfolgskriterien beim Telefonieren?

Das hängt natürlich ganz von den Zielen des Kunden ab. Will er Neukunden gewinnen, den Umsatz steigern, Vertriebsprozesse optimieren, Termine vereinbart haben oder eine zeitlich begrenzte Vertriebsunterstützung, je nachdem richten wir uns darauf ein. Betrachten wir einmal die Terminvereinbarung: Wir wollen qualitativ wertvolle Termine vereinbaren, die eine spätere Geschäftsbeziehung generieren sollen. Dazu versuchen wir stets sanft und sympathisch rüber zu kommen. Meist müssen wir einen Kontakt mehrmals antelefonieren, bis wir den richtigen Gesprächspartner haben. Das ist oft anstrengend für meine Mitarbeiter, dennoch bleiben sie stets höflich, freundlich und üben niemals Druck aus.

Und das gelingt Ihrem Team?

Ja, denn darauf haben wir alle Mitarbeiter geschult. Wenn wir einen Termin für unseren Kunden vereinbaren, dann weiß der Gegenüber beim Treffen auch immer, um was es geht. Die Gespräche unserer Kunden können dann schon auf einer ganz anderen Ebene beginnen. Deshalb schießen wir auch nicht sklavenhaft auf die Quote.

Dann übernehmen Sie wohl auch nicht jeden Auftrag?

Natürlich freuen wir uns über jede Anfrage. Aber wenn ein Lotterieverkäufer mit 200.000 Adressen ankommt und wir seine Lose verkaufen sollen, dann winken wir ab. Dafür sind wir weder ausgebildet noch eingerichtet. Sobald es jedoch um qualitative Vertriebsunterstützung geht, sind wir gerne dabei. Wissen Sie, ich habe viele dieser großen Call Center kennen gelernt und weiß um die Methoden, mit denen Gesprächspartner zu etwas bewegt werden sollen – das entspricht nicht unserer Philosophie. Aber natürlich hängt es auch immer von den Adressen ab, die unser Kunde mitbringt.

Der Kunde liefert Ihnen die Adressen?

Ja. Die meisten Kunden haben jede Menge eigener Adressen gesammelt. Kunden, Interessenten oder sonstige Kontakte, die im Laufe der Zeit im Unternehmen aufgelaufen sind. Oder sie bringen gekaufte Kontakte mit.

Und wie gehen Sie dann vor?

Wir beziehen unseren Kunden immer ganz eng mit ein. Zunächst muss er uns natürlich briefen, wir wissen ja nichts von ihm, seinen Produkten oder seiner Art zu verkaufen – das müssen wir kennen lernen, regelrecht aufsaugen und

VORTEILE BEIM EINSATZ DER VDS

- SIE KONZENTRIEREN SICH AUF IHR KERNGESCHÄFT,
- WIR ENTLASTEN SIE VON ROUTINE- UND SONDERAUFGABEN,
- KEINE ZUSÄTZLICHEN PERSONAL- ODER TECHNOLOGIEKOSTEN,
- SIE ERSCHLIESSEN SICH NEUE ZIELGRUPPEN,
- IHR UMSATZ STEIGT,
- KUNDENBETREUUNG AUCH AUSSERHALB IHRER GESCHÄFTSZEITEN,
- KUNDENBINDUNG DURCH SERVICEOPTIMIERUNG,
- IMAGEVERBESSERUNG DURCH FREUNDLICHE TELEFONIE,
- PRODUKTDIFFERENZIERUNG BESSER UMZUSETZEN.

dabei muss er uns ausgiebig informieren. Dazu besuche ich jeden Kunden zunächst in seinem Unternehmen vor Ort oder in einem Videomeeting. Jeder Unternehmer hat ja auch schon eigene Erfahrungen gemacht mit dem Telefonieren bezüglich seiner Produkte und Dienstleistungen, auch die wollen wir kennen lernen. Dann stellen wir ein Team zusammen. Dabei können die Mitarbeiter gerne ihre Präferenzen und Stärken einbringen. Niemand soll für eine Branche arbeiten müssen, die ihm nicht liegt. Daraus erwächst eine hohe Identifikation mit dem Kunden und seiner Branche. Das macht die Arbeit erfolgreicher. Dann bereiten wir die Adressen auf und beginnen mit der Vertriebsunterstützung. Spätestens am zweiten Tag des Telefonierens sollte der Kunde dann mit der telefonischen Mitreise den Gesprächen zuhören. Jetzt kann er wertvolle Tipps und Argumentationshilfen geben.



FELDTRAINING VERTRIEB FÜR DEN AUSSENDIENST DURCH IHK-TRAINER MARKUS JUNKER

VERBESSERUNG DER ERFOLGSCHANCEN
BEI DER NEUKUNDENAKQUISITION
STEUERUNG DES VERKAUFSPROZESSES
DURCH DEN VERKÄUFER
BESCHLEUNIGUNG DES
VERKAUFSPROZESSES
STÄRKUNG DER KUNDENBINDUNG UND
-ZUFRIEDENHEIT
WIRKUNGSVOLLE RHETORIK UND
VERHALTENSVARIANZ
FRAGETECHNIK, NUTZENARGUMENTATION
UND EINWANDBEHANDLUNG
ERKENNEN VON KAUFSIGNALEN
GEEIGNETER ABSCHLUSSTECHNIKEN
KRITERIEN FÜR DIE
KUNDENQUALIFIZIERUNG

Wie muss man sich das vorstellen?

Nicht immer muss man sich für ein Briefing treffen. Wir nutzen die modernen Kommunikationsmittel und machen das meist als Video-Online-Briefing. Die Technik bietet uns da heute tolle Möglichkeiten. Darin investieren wir auch konsequent. So ist unser System web- und cloudfähig, die Telefonanlagen haben so genannte Konferenzräume und die Möglichkeit zur Online-Begleitung durch den Kunden. Darüber hinaus können wir auch direkt im CRM oder im ERP des Kunden arbeiten und so Bestände abfragen, Bestellungen auslösen und die Adressdaten der Kundendatei aktualisieren – übrigens ein ganz wichtiger und immer wieder gern gewollter Aspekt. Denn dafür hat bei den Kunden selten jemand Zeit. Unsere Mitarbeiter treten konsequent wie Mitarbeiter des Kunden auf und fühlen sich manchmal auch so.

Was schätzen denn Ihre Kunden am meisten an Ihrer Vertriebsunterstützung?

Das ist sicher die Identifikation, die unsere Mitarbeiterinnen leben. Dadurch, dass jeder mitentscheiden kann, in welches Projekt er einsteigt, ist eine große Motivation da, die Arbeit auch erfolgreich zu gestalten. Zusammen mit der hohen Eigenverantwortung, die wir jeder Mitarbeiterin geben, sorgt dies für Freude bei der Arbeit. Das bringt Erfolge. Und das schätzen natürlich unsere Kunden. Darüber hin-

aus ist es vor allem die Flexibilität, die wir bieten können.

Jeder, der schon einmal selbst Kaltakquise am Telefon gemacht hat, weiß, wie schwer das ist. Das kann man auch nicht einfach so nebenher, neben dem Tagesgeschäft machen. Also müsste man qualifiziertes Personal einstellen. Wenn man Aktionen starten will und die Manpower schnell hoch fahren muss, oder wenn man sagt, okay, jetzt wird ein halbes Jahr nicht telefoniert, sondern die Aufträge abgearbeitet, dann erfordert das eine extreme Flexibilität im Personal. Das können wir viel besser leisten. Der Kunde gibt uns den Takt vor und entsprechend fahren wir die Kapazität hoch oder zurück. Außerdem bleibt das Tagesgeschäft nicht liegen, wenn wir uns um den Vertrieb kümmern. Und der Kunde muss sich nicht um Weiterbildung und Qualifizierung des Vertriebspersonals kümmern.

Was muss denn ein Kunde investieren, wenn er Sie beauftragt?

Wir bieten einen weichen Einstieg an, für Kunden, die sich noch nicht ganz sicher sind. Man kann zunächst vier Wochen à zehn Stunden buchen, die, je nach Anforderung mit einem Minutenpreis von 0,69,- bis 0,89,- Euro berechnet werden. Nach den ersten Tagen findet ein Feedback-Gespräch statt und weitere Schritte werden besprochen. Hier kann jeder Kunde auch stoppen – das wollen jedoch die wenigsten. Aber alle können die Geschwindigkeit und den finanziellen Einsatz jederzeit bremsen oder beschleunigen.

ZEITLICH FLEXIBLE VERTRIEBSASSISTENZ

SIE BESTIMMEN ZEITPUNKT, INTENSITÄT
UND DAUER DER VERTRIEBSARBEIT

SIE LEGEN DIE ZIELE FEST, Z. B. TERMINE
VEREINBAREN, KONTAKT AUFNEHMEN,
DIREKTVERKAUF

SIE ERHALTEN JEDERZEIT INFORMATIONEN
ÜBER DEN STAND DER DINGE

WIR ARBEITEN AUF WUNSCH AUCH
DIREKT AUF IHREM VERTRIEBSSTEUERUNGSPROGRAMM
AUF IHREM CRM ODER ERP, ERFASSEN AUFTRÄGE ODER
KUNDENDATEN UND AKTUALISIEREN
ADRESSDATEN

Das macht es flexibel und preisgünstig. Herr Junker, vielen Dank für das Gespräch

VDS INTERN

VDS Vertriebspezialist wurde 2003 von Markus Junker gegründet. Das Unternehmen kümmert sich ausschließlich um qualitativ hochwertige Vertriebsaufgaben. Schwerpunkte sind Neukundengewinnung, Terminvereinbarungen und zeitlich flexible Vertriebsassistenten. Für Kunden werden jedoch auch Marktbeobachtungen und -analysen durchgeführt und Serviceleistungen wie Inbounddienstleistungen, Vertriebs-Trainings oder Fullfillmentaufgaben geleistet. 25 Web basierende Arbeitsplätze, 25 Mitarbeiter, modernes Telefonequipment.

Markus Junker, Jahrgang 1966, Gründer und Inhaber. Nach Werkzeugmacherlehre und Berufserfahrung Marketingqualifizierung und IHK Fachkaufmann sowie Trainer IHK. In verschiedenen Unternehmen Vertriebsleiter, Niederlassungsleiter und Gebietsleiter mit Personalverantwortung. Seit 2003 selbstständiger Unternehmer. Vision: die Deutsche Wirtschaft zusammenbringen

IMPRESSUM

Gründer / Inhaber
Markus Junker
IHK Fachkaufmann für Marketing
IHK Trainer
Im Breitenloch 31/7
D-74076 Heilbronn
Telefon (+49) 7131/ 12 14 20 0
Telefax (+49) 7131/ 12 14 20 1
E-Mail info@vds-heilbronn.de
Internet www.vds-heilbronn.de