

Neukundengewinnung mit schlankem Team

Wie Sie dank Lean Selling einen effizienteren Vertrieb aufbauen können

Die Corona-Krise und ihre Auswirkungen stellen die deutsche Wirtschaft vor immense Probleme. Um in diesen Zeiten als Unternehmen zu bestehen, braucht es ein gutes Krisenmanagement und sinnvolle Strategien zur Bewältigung der aktuellen Herausforderungen. Homeoffice, Kurzarbeit und leider auch Kündigungen sind Themen, mit denen sich Firmeninhaber aktuell beschäftigen müssen. In der Konsequenz kann das bedeutet, dass Unternehmen mit geringeren Personalressourcen ihren Betrieb aufrechterhalten müssen. Das Konzept des Lean Selling liefert einige gute Ansätze, wie Sie ihre Neukundengewinnung mit möglichst geringem Personaleinsatz erfolgreich durchführen können. Dazu einige Anregungen.

Technische Unterstützung

Digitale Plattformen und Kundendatenbanken sind ein mächtiges Vertriebswerkzeug. Je geschickter Sie diese Instrumente einsetzen, desto mehr kann Ihre Vertriebsabteilung sich auf die Gewinnung und Betreuung von Kunden konzentrieren. Ein gelungener Internetauftritt ist hierbei auch für kleinere Unternehmen ein Muss: Online-Shopping und Produkt-Konfiguratoren bieten Ihren Kunden echten Mehrwert und sorgen gleichzeitig für Entlastung Ihrer Mitarbeiter. Ein gut gepflegtes CRM-System (**C**ustomer **R**elationship **M**anagement) erfasst nicht nur Ihre Geschäftskunden nebst wichtigsten Ansprechpartnern, sondern auch alle relevanten Vorgänge, sodass Ihre Mitarbeiter auch Jahre später jederzeit alle wichtigen Details abrufen und dem Kunden auch weiterhin den gewohnten individuellen Service bieten können. Denn natürlich möchten Sie Ihre Prozesse gezielt verschlanken, ohne dass die Beziehung zum Kunden in Mitleidenschaft gerät. Auch im Verschlinkungsprozess ist das CRM-System übrigens von Bedeutung: Im Rahmen einer Analyse der typischen Customer Journey – des Weges vom Erstkontakt bis zum Auftrag – können Sie mithilfe der gespeicherten Vorgänge die wichtigsten Servicepunkte identifizieren, Stärken und Schwächen erkennen und Ihre Prozesse entsprechend anpassen.

Externe Unterstützung

Die Kooperation mit einem externen Dienstleister mag auf den ersten Blick nicht nach einer Verschlinkung Ihres Vertriebs aussehen. Doch ein kompetenter Partner für Neukundengewinnung oder regelmäßige Kundenbetreuung kann erhebliche Aufwandserleichterung bedeuten: Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen beispielsweise weniger Zeit am Telefon verbringen und können sich stattdessen auf Kundenbetreuung und Service konzentrieren. Regelmäßige Kontaktaufnahme mit Bestandskunden hält Sie außerdem über alle wichtigen Entwicklungen auf dem Laufenden und stellt anhaltend hochwertige Kundenbetreuung sicher. Gleichzeitig sparen Sie sich aufwändige Neueinstellungen und können auch kurzfristige projektbezogene Arbeiten durchführen, etwa die Vor- und Nachbereitung von Fachmessen.

Fazit

Ein produktives Vertriebsteam muss nicht unbedingt groß sein. Mit der entsprechenden Infrastruktur und kompetenter Unterstützung kann auch eine kleinere Abteilung große Wirkungen erzielen.