

## 5. Österreichischer Verkaufskongress

# Smart & mobil im Verkauf

Charisma kommt nicht aus der Steckdose – technische Medien gehören heute zum Alltag, Verkaufsmitarbeiter können am Tablet und mittels eigens produzierter Apps beeindruckender präsentieren, aber: Das Medium macht nicht den Verkauf!

Gastkommentar: Peter Hochleitner, Karsten Mevißen

Information ist der Treibstoff des 21. Jahrhunderts und hat für Unternehmen wettbewerbsentscheidende Bedeutung: Es geht darum, die richtige Information am richtigen Ort zu haben. Der professionelle Einsatz von Tablets und Smartphones wird in vielen Unternehmen

besonders von Seiten des Vertriebsteams gefordert, da durch die mobilen Geräte neue und innovative Präsentationsmöglichkeiten und verkaufunterstützende Elemente geboten werden: Für die Mitarbeiter im Verkauf bedeutet das

mehr Kundenorientierung und die Möglichkeit von alternativen Vertriebswegen.

Die Geräte sollten individuell angepasst sein, mit Anwendungen für alle Gelegenheiten und Interessen. Welche Technik macht aber überhaupt Sinn, und an welcher Stelle im Verkaufsgespräch sollten die elektronischen Hilfsmittel eingesetzt werden? Welche Apps sind sinnvoll? Und welche sicherheitsrelevanten Punkte müssen berücksichtigt werden?

Diese Fragen kommen häufig, wenn Verkäuferinnen und Verkäufer sich mit der Thematik befassen. Anwender wollen Dinge, die ihnen wichtig sind, immer und überall möglichst einfach nutzen: ob am PC im Büro, im Wohnzimmer oder unterwegs am Tablet oder Smartphone – ohne technische Details und ohne mühsames Synchronisieren.

Was ist beim Umgang mit modernen Medien generell zu beachten? Technische Medien gehören heute zum Alltag: Arbeit wird schneller und effizienter erledigt, Verkaufsmitarbeiter können ihren Kunden am Tablet und mittels eigens produzierter Apps heute mehr zeigen, beeindruckender präsentieren, einfach „State of the Art“ auftreten.

Aber Achtung: Das Medium macht nicht den Verkauf! Hier ist der größte Knackpunkt. Wie früher das Blatt Papier ein Hilfsmittel war, ist dies heute das moderne Medium. Im Klartext: Nutzen Sie das Tablet oder das Notebook zu Ihrer Unterstützung, achten Sie darauf, dass Sie und Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung weiterhin im Mittelpunkt des Kundeninteresses stehen – das WWW ist zu groß und zu verführerisch, die modernen Applikationen oft sehr amüsant, da kann ein „Side-Step“ schon mal schnell zum Zeitfresser und Nicht-Verkaufs-Förderer werden.

Was macht eigentlich gute Verkäufer schon vor einem Kundenbesuch erfolgreich? Immer wieder: Eine gute Vorbereitung! Verwenden Sie nur Slides, die auf den Kunden abgestimmt sind (Logo einbauen, Wordings des jeweiligen Unternehmens abklären, Lieblingsworte bzw. -ausdrücke verwenden, aktuelle Zahlen aus der Branche etc.).

Absolut wichtig, wenn auch banal klingend (und daher oft vergessen): ein geladener Akku – die beste Präsentation hilft nicht, wenn sich das Gerät mitten im Gespräch nicht mehr bedienen lässt. Am Gerät selbst sollten dann nur jene Programme geöffnet sein, die im Verkaufsgespräch auch wirklich benötigt werden – alle anderen Programme und Anwendungen sollten vorab geschlossen werden, um

Ablenkungen und unnötige Fragen zu vermeiden. Und das Wichtigste: Kennen Sie Ihre eigene Präsentation!

An welcher Stelle im Verkaufsgespräch sollten elektronische Hilfsmittel eingesetzt werden? Faustregel: Immer dann, wenn Sie eine von den zwei folgenden Fragen mit „Ja“ beantworten können:

1. Ich möchte meinem Kunden etwas zeigen, was ihn beeindrucken soll.

2. Das, was gerade besprochen wird, sollte ich mir merken – weil es mir und/oder meinem Gegenüber wichtig ist.

Wo machen Tablets und Co. keinen Sinn? Hier gehen die Meinungen weit auseinander: Die einen sagen, das Gerät darf gerne bereits in der Bedarfsanalyse eingesetzt werden, andere meinen, erst bei der Produktpräsentation oder Preiskalkulation. Auf dem Tisch stehen sollte es jedoch immer von Anfang an. Denn: Spannung auf das gemeinsame Arbeiten mit technischer Unterstützung zu wecken ist nie verkehrt – beim Smalltalk am Anfang des Gesprächs kann und wird wohl jeder auf technische Hilfsmittel verzichten

Seit es die Möglichkeiten der modernen Technik gibt, werden Präsentationen mobil verwendet und können Produktdaten tagesaktuell von unterwegs abgerufen werden. Allerdings hat diese Kombination auch neue vertriebsrelevante Produkte überhaupt erst hervorgebracht. Da stellt sich die Frage: Welches Gerät ist nun das richtige? Diese Frage kann nur jeder Vertriebsmitarbeiter bzw. die Verkaufsleitung eines Unternehmens selbst entscheiden – am Markt stehen jedenfalls etliche gute Geräte zur Auswahl.

 [www.vbc.biz](http://www.vbc.biz)

### Über die Autoren

Karsten Mevißen (VBC-Verkaufstrainer) und Peter Hochleitner (Leiter der Consumer & Channel Group Microsoft Austria) sind Vortragende bzw. Workshopleiter am 5. Verkaufskongress (21.–22. März 2013, Wirtschaftskammer Österreich, Wien – siehe auch Seite 17).



Peter Hochleitner