



# VERTRIEB UND HALTUNG



DIE COMMUNITY  
haltung-erweitern.de

## PERSPEKTIVEN AUF SALES UND SERVICE EXCELLENCE

haltung-erweitern.de – die Community für alle, die daran interessiert sind, sich selbst, Teams und Organisationen transformativ zu führen.  
Johannes Schulte Beckhausen, teamkairos GmbH – Inner Development Partners, www.teamkairos.de  
Michael Reinders – Dein Gestaltungs- und Wachstumsgefährte, www.michaelreinders.de

### Der Zweck von Verkaufen ist ...



**DRUCK**  
... Umsatz zu machen und zu gewinnen ...

**STABILITÄT**  
... und dafür Regeln und Etikette einzuhalten ...

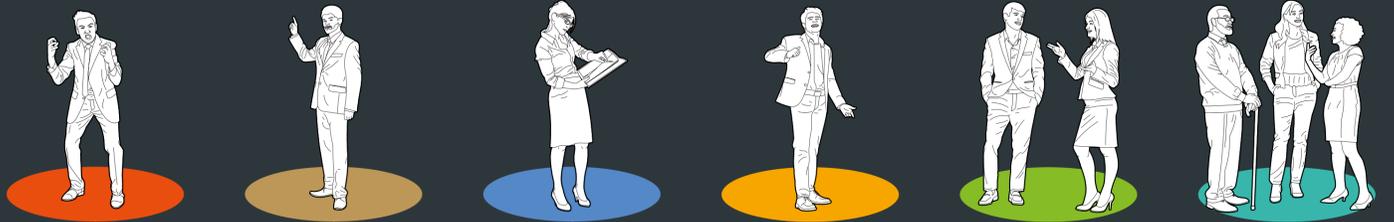
**STRUKTUREN**  
... und dazu Strukturen und Prozesse zu entwickeln und zu nutzen ...

**KUNDENORIENTIERUNG**  
... und dabei Kund\*innen mit Freude und Überzeugung auf Augenhöhe zu begegnen ...

**EMPATHIE**  
... und für ein werteorientiertes Miteinander zu sorgen, in dem der Erfolg an langfristigen gemeinsamen Projekten gemessen wird ...

**VERBINDUNG**  
... und dabei die soziale Verträglichkeit und langfristige Balance mit der Umwelt in die Angebote, Projekte und Lösungen mit einzubeziehen.

### Wie Verkäufer\*innen sich selbst sehen



**DURCHSETZUNGSTARK**  
„Ich mache den Deal, koste es was es wolle. Ich liebe Vertrieb, weil ich dann ganz auf mich gestellt bin und frei schalten und walten kann.“

**BEWÄHRT**  
„Bei mir wissen die Kund\*innen, was sie bekommen und vertrauen mir. Loyalität mit meinen Kund\*innen und meinem Vertriebsteam sind mir sehr wichtig!“

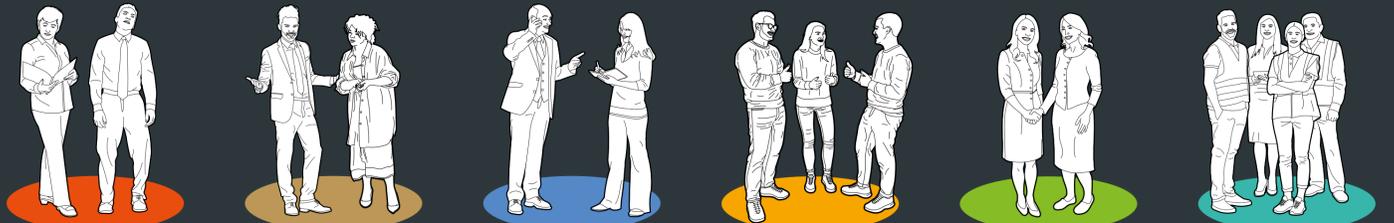
**PRODUKTORIENTIERT**  
„Ich baue stark auf meine Expertise. Dies ist das Wichtigste. Als Berater\*innen und Expert\*innen erkläre ich, was mein Produkt bzw. meine Dienstleistung alles kann, den Rest entscheidet die Kund\*innen.“

**LEISTUNGSFOKUSSIERT**  
„Ich kann Verkaufsgespräche im Kundeninteresse bewusst gestalten, steuern und reflektieren. Ich bin von mir und meinen Angeboten überzeugt und stolz auf meine Vertriebsfolge.“

**PARTNERSCHAFTLICH**  
„Ich bin gerne Verkäufer\*in, wenn die Angebote meinen Wertvorstellungen entsprechen und ich mit meinen Kund\*innen kooperativ mit viel gegenseitiger Wertschätzung zusammenarbeiten kann.“

**TRANSFORMIEREND**  
„Ich bin überzeugt, dass kreatives Arbeiten auch zwischen Lieferanten und Kund\*innen möglich ist und das Beste entsteht, wenn die Bedürfnisse aller Beteiligten und der Natur gesehen werden.“

### Wie Kundenorientierung erlebbar wird



**RAHMEN SETZEN**  
„Wir sagen und zeigen, was es gibt, und was nicht. Die Kund\*innen kaufen zu den von uns gesetzten Bedingungen.“

**EINLADEN WOLLEN**  
„Wir kreieren eine Welt zu der „unsere“ Kund\*innen dazugehören dürfen, oder eben nicht.“

**ÜBERZEUGEN KÖNNEN**  
„Wir erzeugen eine Welt aus belegbaren faktischen Nachweisen und vertrauen darauf, dass Kund\*innen sich darin wiederfinden.“

**BEGEISTERUNG WECKEN**  
„Je begeisterter wir erklären, wie großartig unsere Lösung zum Problem des Kund\*innen passt, desto sicherer können wir sein, dass die Kund\*innen kaufen werden.“

**ZUHÖREN WOLLEN**  
„Wir bauen Beziehung auf und bieten den Kund\*innen die für sie und die Mitwelt passendste Lösung an.“

**VERBINDUNG SCHAFFEN**  
„Wir arbeiten an unserer gemeinsamen Geschichte, die uns jetzt und hier zusammenbringt, um für die Zukunft einen sinnvollen Beitrag zu leisten.“

### Wie Führung im Vertrieb gestaltet wird



**HELD**  
Überzeugungsanreiz  
„Meine Erfahrungen und mein Führungs- und Verkaufsverständnis sind das einzig Richtige.“

**MANAGER**  
Moralischer Anreiz  
„Wenn wir uns an die Spielregeln halten, dann dienen wir gemeinsam der Organisation und erreichen auch unsere Ziele.“

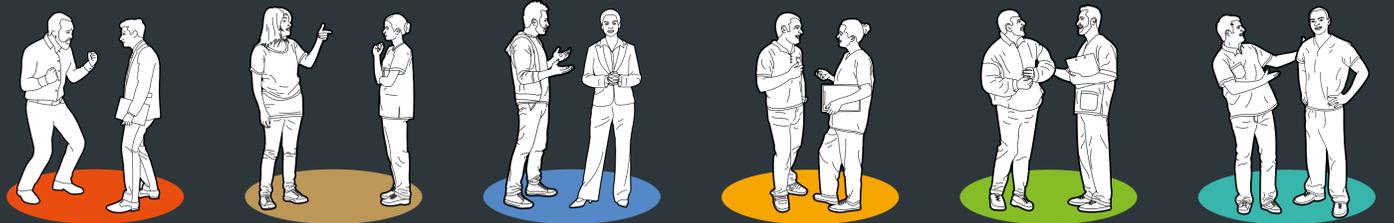
**EXPERTE**  
Fachlicher Anreiz  
„Erst unter Druck entstehen Diamanten. Menschen brauchen Klarheit und Rahmen für gute Zielerreichung.“

**LEADER**  
Leistungsanreiz  
„Führung gelingt durch mein Vorbild. Individuelle Stärken habe ich im Blick und setze Mitarbeiter\*innen entsprechend ein.“

**COACH**  
Wirksamkeitsanreiz  
„Führung findet auf Augenhöhe statt. Die Selbstentwicklung der Kolleg\*innen und der Teamgeist sind mir wichtig.“

**WACHSTUMSGEFÄHRTE**  
Sinnanreiz  
„Sinnstiftende Gemeinsamkeiten sind der Grundstein einer inspirierenden Zusammenarbeit.“

### Wie Kund\*innen auf Lieferanten schauen



**ZITRONE**  
Lieferanten sind wie Zitronen – je höher der Druck, desto mehr kommt raus. Wenn nichts mehr kommt, dann gibt es andere Zitronen.

**ERFOLGSGEHILFE**  
Lieferanten helfen, Probleme zu lösen. Zu hohe Erwartungen könnten schädlich sein, da sonst der Preis zu hoch wird, oder der Lieferant nicht liefert.

**WARE GEGEN GELD**  
Lieferanten sind dann gut, wenn sie eine abgestimmte Qualität zum besten Preis zum richtigen Zeitpunkt kontinuierlich liefern können.

**MEHRWERTANBIETER**  
Lieferanten bieten einen Mehrwert, in dem sie sich in die Herausforderungen des Kunden hineinendenken und mit Zusatzleistungen überzeugen können.

**SPARRINGSPARTNER**  
Der offene Austausch von Gedanken, Emotionen und Herausforderungen mit Lieferfirmen spielen in der Geschäftsbeziehung eine wichtige Rolle.

**GEMEINSINN**  
Kund\*innen vs. Lieferfirma gibt es im klassischen Sinn nicht. Es gibt ein Wir bei dem beide Partner im Sinne einer gemeinsamen Verantwortung handeln.

Martin Permantier, SHORT CUTS  
Johannes Schulte-Beckhausen, teamkairos GmbH  
Michael Reinders  
Daniel Stern  
Steffi Gröscho, perlot.de

und Mitglieder der Community haltung-erweitern.de