

## Sales Performance Vertriebstraining

### Wie wird der Account Manager zur Marke? – Training für Account Manager im B2B-Vertrieb

In jeder Firma gibt es Spitzenverkäufer. Die Frage, die wohl jeden Vertriebsleiter beschäftigt, lautet: Wie gelingt es ihnen, mit beständig hoher Erfolgsquote neue Kunden zu gewinnen, die Potenziale der Bestandskunden auszubauen und langfristige Kundenbeziehungen zu schaffen? Warum klappt das nicht so bei ihren Kollegen? Ist die hohe Zielerreichung auf andere Vertriebsregionen übertragbar - oder ist alles nur eine Frage persönlicher Kompetenz?

Umfassende Benchmarks in unterschiedlichen Branchen ergaben einen gemeinsamen Faktor, an dem viele Account Manager scheitern: Die Identität einer Marke für den Kunden erlebbar zu machen. Nur die Account Manager, die sich konform zum Image des Unternehmens positionieren und die Markenstrategie 1:1 umsetzen, können Kundenbindungs-Programme wie CRM (Customer Relationship Management) erfolgreich umsetzen, maximal mögliche Vertriebsergebnisse erzielen und die Wertschöpfung für das Unternehmen steigern.

#### **Wie wird man zum Sieger? Was haben Spitzenverkäufer gemeinsam?**

Die Antwort ist nicht überraschend: Die besten Account Manager identifizieren sich viel stärker mit dem Unternehmen und kommunizieren dies nicht nur über die Produkte und Dienstleistungen, sondern positionieren sich selbst als Teil der Dienstleistung, als Value Added, und zwar unter einer einheitlichen Marke, mit einem konformen Image - deckungsgleich zu allen anderen Kommunikationsinstrumenten wie Werbung und PR.

Der Account Manager ist in vielen Branchen das Kommunikations-"Instrument" Nr. 1. Er schafft durch das persönliche Gespräch mit Kaufentscheidern eine hohe Akzeptanz, ein positives Image und langfristige Kundenbeziehungen und erbringt so für das Unternehmen eine hohe Wertschöpfung.

Der Account Manager wird so zum Brand Key, denn als Hauptansprechpartner vermittelt er Markenpersönlichkeit, bietet Orientierung und schafft durch seine Beratungsleistungen Mehrwerte für den Kunden.

- Er schafft nicht selten mehr Wertschöpfung als ein Produkt
- Er ist krisensicher, weil Kunden ihm vertrauen
- Er schafft dauerhaften Erfolg, weil er Akzeptanz besitzt
- Er bietet Orientierung für Kunden, weil er authentisch ist und Charakter hat
- Er prägt das Bild des Unternehmens und baut die Marke konsequent auf
- Er verleiht dem Produkt/der Dienstleistung ein Gesicht
- Er transportiert die Werte, macht den USP deutlich und liefert die Beweisführung.

Durch seine Problemlösungskompetenz löst er das Nutzenversprechen der Werbung ein. Mit einer klaren Identität schafft der Account Manager die im heutigen Wettbewerb unverzichtbare Differenzierung von anderen Marktteilnehmern. Für den Kunden bedeutet die "Marke Account Manager" Verlässlichkeit und Vertrauen gegenüber Produkten und Unternehmen, auf die er immer wieder zurückgreifen kann und wird. Der Account Manager als Marke wird zur Identifikation für den Kunden, der die Werte des Unternehmens transportiert und im Bewusstsein des Kunden verankert.

### **Der Weg zum Account Manager als Marke**

Eine Identität lässt sich nicht verordnen, genau so, wie eine Kundenorientierung nicht vorgeschrieben werden kann. Die Herausforderung der Umsetzung liegt darin, dass die Mitarbeiter die neue strategische Vorgehensweise, sich als Marke zu verstehen,

selbst entdecken müssen. Die Mitarbeit zur Gestaltung dieser Marke, beispielsweise innerhalb eines Workshops, macht es praktisch unmöglich, die Strategie abzulehnen. Auch die Notwendigkeit zur Veränderung muss vermittelt werden sowie der daraus resultierende Nutzen für das Unternehmen und für die Account Manager. Denn letztlich entscheidet der persönliche Erfolg in Form von besseren Vertriebsergebnissen darüber, ob er die eigenen Glaubenssätze verlässt und sich an den Best-Practice-Strategien der Erfolgreichsten im eigenen Unternehmen und des Marktes orientiert.

#### **Zum Autor:**

Klaus Schein ist bei Baumgartner & Partner Berater und Trainer für Strategisches Marketing und Vertrieb sowie Dozent an der Akademie für Kommunikation Kassel (AKK) und der Kommunikations-Akademie Hamburg (KAH). Auf der Basis einer 25-jährigen Berufspraxis als Vertriebsleiter, Produkt-Manager und Key Account Manager in Unternehmen wie Hewlett-Packard, Rockwell Automation und General-Electric sowie selbstständiger Tätigkeit als Consultant, Trainer und Coach entwickelt er passgenaue Konzepte zur Effizienzsteigerung im Vertrieb und Optimierung von Kundenbindungsmaßnahmen.

#### **Kontakt:**

Ralf H. Kleb (Geschäftsführender Partner) und  
Klaus Schein (Senior Manager)

eMail: [vertriebserfolg@baumgartner.de](mailto:vertriebserfolg@baumgartner.de)

Baumgartner & Partner Unternehmensberatung GmbH  
Kurze Mühren 13, 20095 Hamburg  
Tel.: +49 (40) 28 41 64 – 0