

Kapitel 2 – 2. Handlungsgrundsatz

# Dienen Sie dem Vertrieb



Vom Entwickler bis zum Pförtner – jeder Einzelne in Ihrem Unternehmen ist Teil des Vertriebs, wenn er die Besonderheiten Ihres Unternehmens, Ihrer Produkte, Ihrer Erfindungen, Ihrer Serviceangebote oder weitere Spitzenleistungen für wertvoll erachtet und mit Stolz davon erzählt. Dazu brauchen die Mitarbeiter ein gemeinsames Verständnis dessen, was das Unternehmen eigentlich verkauft – je klarer und einfacher, desto besser. Die Verdichtung der Leistungen – und somit der Markenleistung – zu einem einzigen Wort setzt oft eine enorme kreative Energie frei.

Starke Technologiemarken sollten dazu die Perspektive wechseln: von austauschbaren Produktleistungen zu unvergleichlichen Gesamtleistungen.

## Kernerkenntnisse des Kapitels:

- Bilden Sie in Ihrem Unternehmen eine Allianz zur Entwicklung, Herstellung und Vermarktung wertvoller Güter. Befähigen Sie jeden Mitarbeiter, die erbrachten Spitzenleistungen mit Stolz zu vermitteln.
- Starke Marken verkaufen schon lange keine Produkte mehr – sie verkaufen Gesamtleistungen. Die Gründungsidee und Daseinsberechtigung werden eingesetzt, um Kunden unvergleichbare Lösungen zu unvergleichbaren Preisen anbieten zu können.
- Für Vertriebsmitarbeiter ist es extrem motivierend, wenn Kunden auf eine geschärfte Markenstrategie positiv reagieren. Arbeiten Marketing und Vertrieb eng zusammen, kann das Marketing den Verkaufserfolg im Anschluss nutzen, um „die gute Nachricht von der Marke“ ins Unternehmen zu tragen.