



Aus einsam jagenden Wölfen ein gewieftes Vertriebsrudel bilden

Worin ist der Bedarf für einen Vertriebsmanager-Club begründet?

Der CdVM. verknüpft die Vorteile eines Business-Netzwerks mit den Funktionen eines Berufsverbandes, eines Branchendienstes und einer Vertriebsakademie. Obendrein weist der Club Vertriebler erstmals durch einen Mitgliedsausweis aus, so wie es der Presseausweis in journalistischer Hinsicht tut. Unser Internet-Angebot auf vertriebsmanager.de reichert diesen Status mit vorteilhaften E-Learning-Komponenten an. Gleichzeitig bietet der CdVM. seinen Mitgliedern die Möglichkeit eines interaktiven Austausches untereinander. Der Club trägt einerseits den modernen Social-Network-Entwicklungen Rechnung und nimmt gleichzeitig für sich in Anspruch, eine in Europa bislang einzigartige Interessenvertretung zu sein. Denn: Im CdVM. finden sich bislang überwiegend einzelkämpferische Vertriebler zu einer Gemeinschaft zusammen zum Zweck, sich zu profilieren, auszutauschen, weiterzubilden und so letztendlich noch erfolgreicher zu sein.

Was unterscheidet den CdVM. von einem Berufsverband für Verkäufer?

Zunächst einmal die Tatsache, dass in Deutschland bis dato kein Verband existiert, der die Interessen aller Verkäufer in den Bereichen des Verkaufs und Handels branchenübergreifend vertritt. Freilich existieren Vereine, die eine solche Interessenvertretung für sich in Anspruch nehmen. Doch konnten diese Organisationen bislang weder inhaltlich überzeugen noch mit dem Fortschritt mithalten. Damit meine ich insbesondere moderne Errungenschaften im Bereich E-Learning, Social-Networking und zeitgemäßer Vertriebsethik, welchen sich der CdVM. verschrieben hat.

Sind Verkäufer ein besonderer Menschenschlag?

Auf Top-Verkäufer trifft das zweifelsfrei zu. Sie verfügen über eine agierende Persönlichkeit, die sich stets daran orientiert, dass Kunden Vorteile erzielen. Wer Eskimos einen Kühlschrank verkauft, ist entweder ein kurzsichtiger Powerseller oder jemand, der ihnen erklärt, dass man in eine Karotte dann bei acht Grad herzhaft hineinbeißen kann, anstatt sie bei minus 20 Grad im Iglu aufzubewahren.

Ich habe schon die unterschiedlichsten Typen im Vertrieb und Verkauf erlebt, sowohl privat als auch als Unternehmer. Und ich muss sagen: Ich bin immer wieder aufs Neue begeistert, wenn ich auf Menschen treffe, die einfach gute Verkäufer oder Vertriebsmanagerinnen sind. Menschen, die keine Monologe halten, keine auswendig gelernte Nummer abspulen, sondern Menschen, für die ihre Kunden wirklich an erster Stelle stehen und die sich ein Bein für diese ausreißen. Natürlich weiß ich, dass Vertriebler verkaufen wollen, aber wenn sie das gut machen, dann ist das Kaufen für den Kunden ein angenehmes Erlebnis.

Selbstverständlich gibt es Grenzen: Aus einer introvertierten, wenig kommunikativen Persönlichkeit, die sich nicht in den Kunden hineinversetzen kann, wird sicher in diesem Leben keine Vertriebsrakete mehr, genauso wenig, wie man aus einem Eierschneider schwerlich eine Harfe basteln kann. Da kann dann auch der CdVM nicht helfen.

Aber weil das Wissen zunehmend demokratisiert wird, bietet unser Club all denen Inhalte, die von ihrem Wesen her schon einmal etwas von dem Holz mitbringen, aus dem ein guter Vertriebler geschnitzt ist.

Was sind denn die wesentlichen Eigenschaften eines Vertrieblers?

Fachwissen, Optimismus, Initiative, Vertrauenswürdigkeit, Lernbereitschaft, Methodenkompetenz, Integrität und Frustrationstoleranz. All diese Persönlichkeitsmerkmale fördert der CdVM. mit E-Learning-Inhalten, um das persönliche Renommee fachlich zu begünstigen.

Wie positioniert sich der CdVM. gegenüber anderen Netzwerken wie XING?

Der CdVM. ist kein Business-Netzwerk sondern ein Business-Club. Der Mitgliedsbeitrag im CdVM. beträgt 144 Euro pro Jahr. Vergleichen Sie diese Investitionen mit den Kosten, wenn Sie einen Geschäftspartner zu einem Abendessen einladen oder gar mit einem Seminarbesuch. Der Jahresbeitrag bei XING ist günstiger. Doch sind Business-Netzwerke keine berufsgruppenspezifischen Interessenvertretungen. Social-Netzwerk-Anbieter warten weder mit E-Learning-Komponenten für Verkäufer noch mit einem Vertriebsausweis auf. Beide Angebote lassen sich schon deshalb nicht miteinander vergleichen, weil die Mitgliedschaft im CdVM. fachliche Nachweise voraussetzt. Ich bin übrigens ein großer Fan aller XING-Funktionalitäten und nutze die Plattform ausgiebig, fast täglich.

Diverse vertriebsorientierte Berufsverbände unterhalten eher spärliche Internet-Präsenzen. Sehen Sie diesbezüglich, aufgrund Ihrer Online-Erfahrungen, Vorteile in der Vermarktung des CdVM.?

Ja, so ist es. Ich halte es für richtig und wichtig, multimediale Fortschritte im Web nutzbar zu machen. Selbst Papst Benedikt XVI. setzt inzwischen aufs Internet: Das Oberhaupt der katholischen Kirche lobt Online-Netzwerke als ein Geschenk der Technik und will über seinen YouTube-Kanal besser mit den Menschen kommunizieren. Audiobooks und Videos sind, neben Blog-Inhalten und anderen vielfältigen Funktionen der Interaktion, auf vertriebsmanager.de vorzufinden. Das "Mitmach-Web" ist in der Tat ein veritables Geschenk, von dem insbesondere Karrierestarter heutzutage profitieren. Aus Erfahrung weiß ich, dass gerade Vertriebler, die ja meist viel unterwegs sind, besonders großen Wert auf eine

erstklassige Internet-Präsenz legen. Viele greifen über ihre Notebooks vom Hotel aus auf Web-Inhalte zu, wenn die Qualität und das Angebot stimmen.

Was macht den Vertrieb gerade für Berufsanfänger so interessant?

Vertriebsleute arbeiten in einem lebendigen Berufsumfeld, das aufregend und interessant ist. Vertriebsaufgaben halten länger jung und aktiver als es viele andere klassische Berufszweige tun. Vergessen wir nicht die überdurchschnittlich guten Verdienstmöglichkeiten erfolgreicher Vertriebler sowie die vielfältigen Chancen für Seiteneinsteiger. Berufsanfänger profitieren vor allem davon, sich nach einem gelungenen Einstieg in die Vertriebsbranche verhältnismäßig schnell für verantwortungsvollere Aufgaben empfehlen zu können. Das macht die Vertriebsbranche gerade für junge Leute attraktiv, die sich beruflich und privat ehrgeizige Ziele gesetzt haben.

Bietet die Wirtschaftskrise geeignete Voraussetzungen für die Gründung einer Interessengemeinschaft für Vertriebler?

Ja, ich denke sogar, dass das derzeitige Wirtschaftsumfeld den Zusammenschluss von Verkäufern noch begünstigt. Einerseits finden wir noch immer die "Geiz-ist-geil" und Kaufen-ohne-Service-Mentalität vor, andererseits merken Vertriebler, dass sie heute nur dann erfolgreich sein können, wenn sie als Partner des Kunden agieren. Damit meine ich, mehr Besonnenheit zu zeigen und dem Kunden mehr Service zu bieten. Vertriebsleute müssen sich rückbesinnen auf vertriebliche Tugenden. In Zeiten, in denen immer mehr Menschen immer weniger Geld zur Verfügung haben, wachsen die Herausforderungen für Vertriebler noch weiter. Grund genug, alte Methoden, Herangehensweisen und Techniken zu hinterfragen und sich mit anderen Verkäufern aktiv auszutauschen. Vertriebler müssen vielseitig sein, in Kundenbindung investieren sowie Up- und Cross-Selling-Potenziale bei Bestandskunden ausschöpfen.

Erfolg haben werden in wirtschaftlich schwierigen Zeiten nicht die Verkäufer, die mit ihrem "Bauchladen" zum Kunden fahren, in der Hoffnung, der Kunde werde schon das Richtige aussuchen, sondern die Vertriebler, die sich schnell an die aktuelle Marktlage anpassen, sich weiterbilden und proaktiv handeln.

Diesem Trend trägt der CdVM. Rechnung, indem er Vertriebler darin fördert, ihre vertriebliche Persönlichkeit auszubilden. Die Berufsgruppe umfasst immerhin mehr als sieben Millionen Personen in Deutschland, die entweder auf eigene Rechnung oder im Angestelltenverhältnis kaufmännisch tätig sind. Aufstrebende, gut ausgebildete Verkäufer braucht das Land - in einer Wirtschaftskrise noch viel mehr.

Warum gründeten Sie ausgerechnet einen Vertriebsmanager-Club und beispielsweise keinen Club der Logistik-Manager?

Die Interessen des Speditions- und Logistik-Bereichs werden ausgezeichnet durch Verbände und Vereine wie den BGL, BSL, VVML oder BVL vertreten. Der CdVM vertritt die Interessen der Berufsgruppe "Vertriebler", die bis dato in Deutschland unterrepräsentiert war.

Warum sollten Personalchefs Bewerber bevorzugen, die Mitglied im Club deutscher Vertriebsmanager sind?

CdVM.-Mitglieder zeigen prinzipielle Leistungsbereitschaft an. Clubmitglieder wissen, dass Etikette nicht etwas ist, das man von Marmeladengläsern her kennt. In unserem unabhängigen, branchenübergreifenden Club engagieren sich Vertriebsleute, die wissen, dass es für den anvisierten Erfolg keinen Lift gibt, sondern man hierzu die Treppe benutzen muss. Dieses Verständnis, neben dem Commitment zu den CdVM.-Statuten, wird von Personalchefs honoriert.

Auswahl Bildunterschriften

Jorg Mühlenberg verknüpft die Vorteile eines Business-Netzwerks mit den Funktionen eines Berufsverbandes, eines Branchendienstes und einer Vertriebsakademie.

Jorg Mühlenberg: "Aus einer introvertierten Persönlichkeit wird in diesem Leben keine Vertriebsrakete mehr, genauso wenig, wie man aus einem Eierschneider schwerlich eine Harfe basteln kann. "