

”

Im B2B-Bereich werden Verkäufer überall dort, wo es um komplexe Produkte und Dienstleistungen geht, nicht abgelöst werden.

Niklas Tripolt
Geschäftsführer
VBC

“

um Verhalten zu ändern, längere Zeiträume. Worauf es darüber hinaus ankommt? Tripolt: „Das Training bzw. Lernen muss sinnstiftend sein. Außerdem spielt der Trainer eine große Rolle, und es braucht Zeit und intelligente Inputs, damit Dinge nicht in Vergessenheit geraten.“

Damit will VBC weiter zur Professionalisierung des Sales-Bereichs beitragen. Das Anforderungsprofil an neue Verkäuferinnen und Verkäufer habe sich schließlich, um auf das Kongressprogramm zurückzukommen, in den letzten Jahren deutlich gewandelt. „In den 80er-Jahren hat man im Verkauf die klassischen ‚Vielredner‘ gesucht, das ist schon seit einigen Jahren vorbei. Man sucht heute sensiblere Leute, die zuhören können und die gelernt haben, gute Fragen zu stellen“, erläutert Tripolt und fügt hinzu, dass es darüber hinaus Empathie brauche, um in die Welt des Kunden einsteigen zu können.

Braucht es noch Verkäufer?

Beim Verkaufskongress wird Zukunftsforscher Sven Gabor Janszky eine Vision für Kundendialog, Marketing und den Vertrieb 2030 in einer Keynote vorstellen. Eine große Rolle spielt, wie in vielen anderen Bereichen, die Digitalisierung. Viele digitale Prozesse ersetzen heute den physischen Verkauf, die Geschwindigkeit dieser Entwicklung wird weiter zunehmen. Der Filialsektor im Bankenbereich ist dafür ein Beispiel, aber auch der Einzelhandel. Es gibt jedoch auch Bereiche, in der gute Verkäufer gefragt sind wie eh und je. „Im B2B-Bereich werden Verkäufer überall dort, wo es um komplexe Produkte und Dienstleistungen geht, nicht abgelöst werden“, so Tripolt. Darüber hi-

naus gebe es auch Bereiche im Einzelhandel, in denen der Faktor Mensch auch weiterhin eine Rolle spielen werde.

Die drei Keynotes des Kongresses werden in drei parallelen Workshops am Nachmittag vertiefend behandelt, um das Gehörte mit der Praxis zu verbinden.

Der zweite Schwerpunkt widmet sich der Frage, wo eigentlich die *Frauen* im Vertrieb sind. Die Antwort soll eine hochkarätig besetzte Podiumsdiskussion mit erfolgreichen Managerinnen und Verkaufsleiterinnen liefern. Diversity ist gerade im Verkauf ein akutes Thema. „Wir müssen auch im Verkauf die Population abbilden – gerade junge Leute erwarten das auch. Ich glaube, die Unterrepräsentanz von Frauen im Verkauf ist auch ein gesellschaftliches Thema, das auch schlechte Rahmenbedingungen zurückzuführen ist“, führt Tripolt aus. Wichtig sei es unter anderem, Role Models zu haben – genau dort will der Kongress ansetzen. Warum das Thema so wichtig ist, bringt der VBC-Geschäftsführer wie folgt auf den Punkt: „Auf der Kundenseite sitzen Frauen – warum soll die Verkaufsseite männlich sein?“

Zukunft gestalten

Der Verkaufskongress des VBC richtet sich vor allem an die Verkaufsleitererebene, aber auch Innendienst-Teamleiter und vereinzelt Verkäufer nutzen die Gelegenheit, um zu Netzwerken. So wie der VBC das Lernen nach-

haltig gestalten will, richtet sich der dritte Schwerpunkt des Kongresses an den großen Bereich der Sustainable Development Goals (SDG). Christoph Schweifer, selbstständiger Coach und

über Photovoltaikanlagen am Dach bis hin zu Tafel- und Buffetboxen für Kursteilnehmer, um Nahrungsmittel zu retten. Mit ungefähr 15.000 Verkäufern, die im Jahr unsere Trainingspro-



© medianet/Katharina Schiffl

Unternehmensberater, wird in seiner Keynote erläutern, warum es im Verkauf mit Blick auf den Planeten nicht nur ein „Double Win“, sondern ein „Triple Win“ braucht.

Auch bei VBC selbst hat man die Dringlichkeit des Themas erkannt und bereits einige Maßnahmen umgesetzt. „Wir sind in Workshops drauf gekommen, was man alles tun kann, und wollen das auch in unsere Trainings einfließen lassen. Das geht vom Reiseverhalten der Partner,

gramme besuchen, sind wir ein großer Multiplikator – das wollen wir nützen“, führt Tripolt aus.

Unternehmen sollten das Thema SDGs ohnehin auf dem Radar haben, denn in absehbarer Zeit werden ökosoziale Fragen entscheidend sein. „Junge Leute docken etwa nur mehr an das Unternehmen an, wenn es Antworten auf ökosoziale Fragen hat“, so Tripolt.

„Heute ist die Einhaltung der SDGs ein Wettbewerbsvorteil. Künftig wird es ein Must-have sein, da kommt eine Revolution auf uns zu“, ist Tripolt überzeugt. Schließlich ist der Kampf gegen den Klimawandel und die Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen eine Voraussetzung dafür, dass Sales auch in den kommenden 1.000 Jahren eine Rolle spielen wird. (fej/har)

Weitere Infos zum Event:
verkaufskongress.vbc.biz

Buchtipps

Niklas Tripolt
Der Salesprofi gibt sein Wissen auch in Buchform weiter. So auch in seinem Bestseller „8 Stufen zum Verkaufserfolg“.



© Manz Verla