

Redaktioneller Artikel

Weihnachten im Vertrieb

Alle Jahre wieder - Weihnachten im Vertrieb



Alle Jahre wieder - Weihnachten im Vertrieb

Alle Jahre wieder brechen Verkäufer am 24. Dezember erschöpft im Kreise ihrer Lieben zusammen. Denn das was sie in den vorangegangenen Wochen hinter sich gebracht haben, war wieder mal eine der größten vertrieblichen Blindleistungen des Jahres. Ich rede hier vom oft unkoordinierten Breitfahren von schokoladenbestückten Adventskalendern, mehr oder weniger trockenen Weihnachtsstollen oder Rotweinen, die ... naja. Nicht zu vergessen die beliebten Kalender, Powerbänke oder was der Conrad-Onlineshop sonst noch so an Innovationen dieses Jahr im Angebot hatte.

Alle Jahre wieder - Weihnachten im Vertrieb

Gefühlt ein Zwölftel des Jahres verbringen die meisten Verkäufer im B2B Geschäft mit diesem Irrsinn! Sie besuchen dabei Kunden, die teilweise selbst bis zum Hals im Jahresendwahn stecken. Sei es wegen des eigenen Jahresendgeschäfts, der anstehenden Inventur oder weil sie denselben Wahnsinn veranstalten. Diese Kunden haben im letzten Monat des Jahres fast jeden Tag den ein oder anderen Außendienstmitarbeiter im Büro stehen, der sich im Gegenzug für seine Präsente nur mal eben für die gute Zusammenarbeit in diesem Jahr bedanken will und naja, eine Tasse Kaffee ... Das Argument, das all das rechtfertigt, lautet mantraartig: Wir wollen etwas für die Kundenbeziehung tun! Toll, wenn einem das Anfang Dezember eines jeden Jahres wieder einfällt! Wir von Löser Consulting schicken seit Jahren keine Weihnachtskarten an unsere Kunden. Früher haben wir mal Osterkarten versendet. Die Reaktion unserer Kunden dazu war oft: Wie nett, ihre Weihnachtskarte war schon toll. Hä? Wir leben in einer „Zuviellisation!“ Es ist von fast allem zu viel da. Ich bekomme in den letzten zwei bis drei Wochen vor dem Fest pro Tag im Schnitt ca. fünf Weihnachtskarten. Wenn ich nach vier Tagen auf Veranstaltungen ins Büro komme, wartet da neben der Postmappe schon der Stapel mit Weihnachtspost. Heute haben wir ganz andere Instrumente, um unseren Kunden zu sagen, dass wir gern mit ihnen zusammenarbeiten. Zum Beispiel erhalten unsere Kunden eine Kundengeburtstagskarte an jedem Jahrestag der ersten Zusammenarbeit. Das einzig Gute an diesem Weihnachts-Wahnsinn ist, dass erfahrungsgemäß der Außendienstler im Januar nicht verhungern oder verdursten wird. Denn wenn er am ersten Arbeitstag den Kofferraum seines Dienstwagens öffnet, erwarten ihn noch ein paar Köstlichkeiten aus dem letzten Jahr, die er nicht mehr verteilen konnte, weil es dann doch allzu plötzlich und überraschend Weihnachten wurde!

#derLÖSER für Vertriebsaufgaben

Jens Löser

Copyright © 2018 - Löser Consulting/ Jens Löser*

* Jens Löser ist Top-Redner, Buchautor, Gründer von Löser Consulting und einer der profiliertesten Experten für Führung und Vertrieb in Deutschland.