RAINER BACHMANN
MESSE-DOKTOR

Farmer oder Hunter

→ Wie Sie im Industrie-Vertrieb die richtigen Mitarbeiter einsetzen!

Farmer und Hunter im Industrie-Vertrieb

Elementare Unterschiede / Eigenheiten & Eigenschaften von Farmer & Hunter im Vertrieb

Im industriellen Vertrieb gibt es die unterschiedlichsten Aufgabenstellungen, genauso wie in der Entwicklung und in der Produktion oder Montage.

Dabei spielt es weniger eine Rolle, in welcher Branche oder mit welchen Lösungen oder Produkten man am Markt unterwegs ist.

Es ist vielmehr die Situation bestehender Beziehungen bzw. der fehlenden Beziehung zu Kunden bzw. zu potenziellen Neukunden und der Marktposition des Unternehmens sowie den definierten Zielsetzungen.

Oft findet man in den Unternehmen sehr ausgeprägt die Pflege und Potentialausschöpfung im Bestandskundenbereich. Die konkrete Neukundengewinnung wird dagegen zumeist stiefmütterlich behandelt.

Aber hier bestehen große Chancen und mitunter auch Notwendigkeiten für den Fortbestand eines Unternehmens.

Denn ist die Vertriebsmannschaft falsch zusammengesetzt, kann zum einen nie das Optimum erzielt werden, Wachstum ist daher kaum möglich und zum anderen können Mitarbeiter am falschen Platz ihr eigenes Potential nicht richtig nutzen und werden ineffizient arbeiten.

Unzufriedene Mitarbeiter haben zusätzlich zur unbefriedigenden Leistung, die sie liefern, eine Negativwirkung, die gerade im Vertrieb verheerend sein kann.

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Daher wollen wir uns nun mit den zwei relevanten Rollen im Vertrieb auseinandersetzen: Dem Farmer und dem Hunter – also dem Feldbesteller und dem Jäger.

Kurz vorab zusammengefasst: Der Hunter ist der Profi für die Neukundengewinnung und der Farmer ist der Experte für die Kundenpflege.

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Der Farmer

Der Feldbesteller ist derjenige der seinen Acker genau kennt. Es weiß zu welchen Jahreszeiten und an welcher Stelle er zu pflanzen, zu gießen und zu düngen und zu ernten hat. Er kann sich seine Außeneinsätze daher gut einteilen und muss nicht unnötig auf die Straße.

Kommen zu großer Regen oder eine zu lange Dürre auf das Feld zu, entwickelt er Strategien, diese zu meistern. Mit seiner Hilfe kann man auch bei größter Not noch ein Brot backen – vielleicht ein kleines, aber man hat etwas zu essen.

Dabei nutzt der Farmer all ihm zur Verfügung stehenden Mittel, erstellt ausführliche Dossiers und arbeitet entsprechende Aussaatpläne aus, mit deren Hilfe er dann das ganze Jahr über seinen Acker bestellen kann.

Externe Unterstützung ist kaum von Nöten, denn er hat alle Fäden gern in der Hand und keiner weiß so genau Bescheid wie er. Mit Abweisungen kann er schlecht umgehen und offene Ablehnung wirft ihn auch schon mal aus der Bahn.

Andere Äcker sind ihm daher ein Greul. Weder möchte er sich im Grunde damit genauer auseinandersetzen noch einen Stiefel darauf stellen. Da gibt es zu viele Unbekannte für ihn. Er müsste ja von vorne anfangen: Wie ist die Scholle, welche Pflanze wächst darauf, wie und wie oft muss man hier mit welchem Mittel düngen und wann kann man hier etwas ernten?

Ganz zu schweigen von den unbekannten Wetterverhältnissen und den vielen Raben und sonstigen Saaträubern, die hier ihr Unwesen treiben.

Nein, das ist nichts für den Farmer. Er bleibt gerne bei seinem Acker und den bestellt er mit Bedacht und vorzüglich. Mehr braucht es für ihn nicht.

Der Hunter sieht die Welt mit anderen Augen. Und die sehen wir uns gleich auf der nächsten Seite etwas genauer an.

Zuerst aber noch etwas zur Ist-Situation.

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Die Bestandskundenpflege überwiegt meist gegenüber der Neukundenakquise

In den Unternehmen findet man die Pflege und Potentialausschöpfung im Bestandskundenbereich sehr oft stark betont.

Im Grundsatz ist das sehr wichtig. Und es ist sinnvoll. Denn einen Neukunden zu gewinnen ist wesentlich aufwendiger – in Zeit und Geld.

Starke Kunden sind wichtig.

Aber neue Kunden sind ebenso wichtig. Je nach Unternehmensausrichtung kann es überlebensnotwendig ein, stets neue Kunden zu gewinnen.

Da es immer wieder zu Kundenverlusten kommt, der Wettbewerb schläft nun mal nicht, muss für Ersatz gesorgt werden.

Oder es hat sich eine Schieflage in der Kundenstruktur ergeben. So dass es starke Abhängigkeiten oder eine zu starke Betonung einzelner Unternehmensbereiche gibt.

Dann müssen Neukunden her…

Die konkrete Neukundengewinnung wird allerdings zumeist etwas stiefmütterlich behandelt, da hierzu ein seltenerer Verkäufertyp sinnvoll ist, den man weniger häufig antrifft.

Im bisherigen Teil haben wir den Farmer kennen gelernt. Nun kommt Licht in das Hunter-Denken und -Fühlen:

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Der Hunter

Im Gegensatz zum Farmer würde der Hunter bei all den Routinearbeiten, die der Farmer gerne erledigt, zu Grunde gehen. Er würde wie eine Primel eingehen. Keine Abwechslung, nichts Unbekanntes, keine Spannung?

Für den Hunter sind Rituale, genormte Abläufe, stetig sanft dahin plätschernde, ruhige Gewässer der Tod der Extrovertiertheit. Er liebt das Spiel mit dem Unbekannten.

Er benötigt die Abwechslung, nicht die von ihm wahrgenommene Monotonie und Ödheit von ewig zu pflegenden Exceltabellen oder wortreichen und seitenweise verfassten Berichtswüsten oder aufwendig auszufüllende CRM-Eingabemasken.

Sein Weg ist der unbeschrittene Pfad, der unbekannte Dschungel, die weite, wilde Straße. Er erwartet Freiräume für seine Kreativität. Seine Aktionen in Netzwerken, auf Messen, im fremden Industriegebiet sind von Aktivität geprägt und er ist ein Wadenbeisser im positiven Sinne.

Er greift an. Angst vor Niederlagen kennt er nicht. Absagen oder ein Nein sind für ihn Herausforderung. NEIN bedeutet bei ihm Noch Ein Impuls Nötig.

Wenn der Farmer nach Möglichkeit einer Entscheidung aus dem Weg geht, sucht der Hunter jede Gelegenheit dazu, den Prozess der Entscheidungsfindung stets zu befruchten und zu befeuern. Eine Entscheidung bedeutet Klarheit und kann den Auftrag bedeuten!

Furchtbar und die Abtötung seines Einfallsreichtums sind das Abarbeiten von Routinearbeiten, von Datenpflege, die Ausarbeitung längerer Angebote – er ist dafür oft zu zappelig, zu ungeduldig, zu unruhig und zu sehr mit Zukunftsvisionen und dem nächsten Thema beschäftigt.

Der Hunter ist ein Aufreißer, ein Türöffner, ein gnadenloser Läufer, weniger geeignet für einen Marathon, aber unglaublich wendig und flexibel auf Kurzstrecken.

Er pflegt seine Kontakte, nutzt das Netzwerken auf allen Kanälen und versteht es auf jeder Ebene das Kurzpassspiel aufrecht zu erhalten. Der Hunter ist ständig an der Front in Bewegung, während der Farmer beständig die Stellung hält.

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Farmer oder Hunter?

Wie bei so vielen Typ- und Persönlichkeits-Definitionen gibt es auch keine reinen Hunter und keine reinen Farmer. Bei jedem Menschen findet man beide Bestandteile. Die eine ist jedoch zumeist stärker ausgeprägt als die andere.

Die typischen Merkmale des Farmers

- Er hasst die täglichen und immer wieder neuen Kämpfe, die der Hunter liebt.
- Der Farmer erledigt daher pflichtbewusst Routineaufgaben ohne zu murren. Darin erfährt er die für ihn wichtige Struktur und Kontinuität.
- Dem Farmer kommt es auf langfristige Beziehungen zu seinen Kunden an. Farmer sind daher stets sehr nah am Kunden und seinen Bedürfnissen und kennen die Pläne der Kunden auf Jahre hinaus.
- Ein Farmer hegt und pflegt seinen Kundenstamm und ermöglicht seinem Unternehmen langfristige und stabile Geschäftsbeziehungen.
- Der Farmer ist ideal für die Potentialausschöpfung im Bestandskundensegment.
- Farmer verfügen über tiefere betriebswirtschaftliche Kenntnisse, die sie auch für komplexe Verhandlungen und Kalkulationen benötigen.
- Der Farmer berät gut und gerne umfassend und eingehend.
- Er ist als Key Account Manager sehr gut geeignet.
- Im Messegeschäft ist er eher zurückhaltend im Hintergrund aktiv, weniger an der Front.

Die typischen Merkmale des Hunters

- Der Hunter ist typischerweise völlig schmerzfrei. Er geht vorne rein, fliegt raus und versucht es an anderer Stelle nochmal. Ein Nein wird nicht kampflos hingenommen.
- Die Stresstoleranz und die Frustrationsgrenze liegen beim Hunter enorm hoch. Absagen nimmt er nicht persönlich, sondern sieht diese als Ansporn. Er sieht es sportlich.
- Er sucht Fehler nicht im Außen und lamentiert bei Zielverfehlung nicht lange herum. Er versucht eben einen anderen Weg zu finden.

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

- Hunter sind überdurchschnittlich eigenmotiviert unterwegs. Wenn der Hunter sich ein Ziel gesetzt hat, arbeitet er so lange daran, bis das Ziel erreicht ist oder begründet unerreichbar ist.
- Der typische Hunter ist ideal geeignet für die Neukundenakquise und die Eroberung neuer Märkte und ist darin entsprechend erfolgreich. Dafür rührt er in allen möglichen Töpfen und eröffnet Baustellen, deren Herr er dann allerdings nicht immer ist. Denn die geduldige und langfristige Beziehungspflege ist nicht so sein Ding.
- Er ist gut für Business Development, stets auf der Suche nach neuen Märkten und Vertriebskanälen.

Farmer oder Hunter?

Die Antwort zu finden ist nicht einfach – sieht sie doch in jedem Unternehmen oder in jedem Bereich vermutlich eben doch anders aus. Die Bedürfnisse unterscheiden sich, die Ziele, die Kunden, die Märkte, die Geschäftsmodelle unterscheiden sich.

Außerdem verändern sich gerade auch durch die 4. Industrielle Revolution „Industrie 4.0“ und auch durch die überall erscheinende KI (Künstliche Intelligenz) die Spielregeln.

Die richtige Vernetzung der Verkaufs-Kanäle wird künftig der Zauberschlüssel sein. Die richtige Kompetenz am richtigen Ort zur richtigen Zeit – von Mensch zu Mensch – das werden die Herausforderungen der Zukunft im Verkauf sein.

Multi-Channeling als Stichwort. Aber es kommt auf die Mischung an.

Nun sind die Unterschiede herausgearbeitet. Was bedeutet das aber für das Umfeld? Das und auch, was Dirk Kreuter dazu sagt, kommt gleich.

Teamarbeit fördert den Erfolg - wenn jeder seiner Rolle gerecht wird

Bisher haben wir die unterschiedlichen Denk- und Handlungsansätze von Hunter und Farmer kennen gelernt. Braucht man wirklich beides im Unternehmen und welche Voraussetzungen müssen geschaffen werden, damit das parallel miteinander überhaupt funktionieren kann?

Hier nun dazu ein paar Antworten:

Notwendigkeiten

Ein Unternehmen benötigt in der Regel beide Köpfe, um in jeder unternehmerischen Phase bestehen zu können.

Wenn die Bestandskundenpflege im Vordergrund steht, dann sind mehr Farmer aktiv, wenn die Neukundenakquise verstärkt wird, sind Hunter gefragt.

So unterschiedlich die zwei beschriebenen Typen sind, so verschieden sind die Kollegen, die ihnen zur Seite stehen sollten, bzw. müssen.

Die hinter dem Vertrieb liegende Organisationsstruktur ist entsprechend anzupassen.

Der Farmer benötigt ein ruhiges Umfeld, klare Strukturen und klare Verhältnisse in den Arbeitsprozessen und -Abläufen. Eine rechtssichere Ausarbeitung langfristiger Verträge muss durch die entsprechende Fachabteilung sichergestellt werden und er muss sich auf die Kundenbeziehung und die Potentialausschöpfung bei seinen Key Accounts konzentrieren können.

Er benötigt für die ausführliche Vorbereitung von Meetings und Angeboten den nötigen Freiraum und die Ruhe.

Assistenzkräfte sollten ihm hier zuarbeiten können, so dass er sich auf die wesentlichen Inhalte und den damit verbundenen mittel- und langfristigen Zielsetzungen konzentrieren kann.

Des Hunters Rücken muss durch eigenständig arbeitende Kollegen von Routinearbeiten freigehalten werden. Die Datenpflege im CRM, die Ausarbeitung aufwendiger Angebote, Nachfassaktionen oder das Führen der Wiedervorlage sowie das Klären von Details mit fünf weiteren Abteilungen oder das Erstellen von jeglichen Listen sind nicht sein Fokus.

Bei konzentrierten Aktionen wie im Besonderen die Telefonakquise sind abgeschottete Räume zu gewährleisten. Da will er seine Ruhe haben.

Für den Hunter ist ein persönlicher Sekretär, dem er alles Ungeliebte abgeben kann, die ideale Lösung. Da dies i. d. R. nicht gegeben ist, sollten dennoch weitgehende Weisungs-möglichkeiten gegeben sein, um die nötigen Freiräume zu ermöglichen.

Die Hunter-Mentalität ist nicht geschaffen für Verwaltung und Bürokratie oder geduldiges Puzzlespiel. Die Farmer-Seele wird dagegen durch Kaltakquise und zu viel „unbekanntem“ Außengeschäft gequält.

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen
+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848
Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Dirk Kreuter meint dazu folgendes

Dirk Kreuter, einer der bekanntesten Verkaufstrainer Deutschlands, hat es in einem Interview einmal so formuliert:

„Es gibt zwei extrem verschiedene Verkäufertypen. Farmer und Hunter nennt man die. Dabei ist keiner besser als der andere. Es geht darum, was im Vertrieb gerade gefragt ist.

Wenn Ihre Herausforderung in der Akquirierung von Neugeschäft liegt, wenn Sie dem Wettbewerb Geschäftsanteile wegnehmen wollen, dann brauchen Sie einen Hunter-Verkäufertypen. Der Hunter ist komplett schmerzfrei, der Hunter greift immer an und wenn der rausfliegt, nimmt der das nie persönlich, der greift wieder an. Hunter lieben es zu jagen. Die schauen auch nicht, wo sie jetzt mit dem Gewehr reinlaufen, sondern Attacke – los geht es.

Der Farmer wiederum ist jemand, der sehr geduldig ist, der nimmt sich einen Acker, der bestellt den Acker, pflegt den Acker um ihn dann irgendwann zu ernten. Der Farmer ist einer, der Beziehungen aufbaut, der langfristiges Geschäft im Sinn hat, der sich um Kundenbindung kümmert und der Potentialausschöpfung bei Bestandskunden macht.

Jetzt kommt es eben auf die Vertriebssituation an. Will ich Neugeschäft generieren, brauche ich Huntertypen, will ich bei Bestandskunden Potentiale ausschöpfen, will ich konsolidieren, brauche ich Farmertypen.

Der Farmertyp wird sich gewissenhaft Wiedervorlage machen.

Der Huntertyp ist jemand, der hat erst mal wenig Bock überhaupt ein Angebot zu verschicken. Weil das ist viel zu viel Aufwand für ihn. Am liebsten gibt er das an einen Kollegen ab. Und nachfassen - ja, das kann er schon mal vergessen, weil er damit beschäftigt ist, immer wieder neues Geschäft aufzureißen. Vergessen, keine Wiedervorlage machen, extrem genervt zu sein – er ruft dreimal irgendwo an und erreicht nichts, dann sollen die es halt lassen – kauf es oder lass es, denkt er.“

So viel hierzu aus Dirk Kreuters berufenem Munde. Link zu Dirk Kreuter
(An dieser Stelle danke ich Dirk Kreuter für die Erlaubnis, das Interview hier abzudrucken.)

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Es wird deutlich, dass die zwei Typen doch sehr unterschiedlich in ihrer Haltung, ihrem Verständnis und letzten Endes auch in ihrer Vorgehensweise sind.

Sollte man sich da als Vertriebsleiter nicht auf einen Typ festlegen und das Geschäft mit einem Verkäufer-Typ organisieren?

Einseitigkeiten werden bestraft

Hunting oder Farming - nur entweder oder zu verfolgen ist falsch und schnell kontra-produktiv und kann zum Totalausfall führen: Die zu einseitige Lagerung auf die Betreuung der Bestandskunden oder die extreme Konzentration auf die Neukunden-gewinnung führt jeweils zu Lagerschäden, die beim Motor wegen Überhitzung durch Überlastung oft zum Ausfall des Systems führen.

Im ersten Fall (Farmer-Schwerpunkt) droht der Kundenbestand wegen natürlichem Schwund gefährlich klein zu werden oder eine zu starke Konzentration auf zu wenige Großkunden lässt die Abhängigkeiten ungünstig groß werden,

im zweiten Fall (Hunter-Schwerpunkt) werden Potentiale bei den Bestandskunden sträflich vernachlässigt und Wettbewerber drohen sich einzunisten um sich dann entsprechend auszubreiten. Gleichzeitig werden aber Entwicklungen der Märkte erkannt, Marktpotentiale werden vor Marktbegleitern geschützt oder abgeschöpft, und somit eine Wettbewerbsstärkung, die die eigene Position im Markt bedrohen könnte, verhindert.

Oft zeigt sich, dass die überwiegende Zahl der Verkäufer es bevorzugt, sich um die Bestandskunden zu kümmern. Das verwundert nicht wirklich, denn dort können zumeist recht schnell und mit überschaubarem Aufwand Abschöpfungserfolge gefeiert werden, die sofort im Auftragseingang und Umsatz ersichtlich werden. Aber auch wenn es langjährige Projekte sind, so sitzt man hier gut im Sattel und der Wettbewerb ist sehr übersichtlich, so dass die Projekte oft positiv verlaufen.

Die mühsame, anstrengende, wechselhafte und aufwendige Akquisitionsarbeit von Neukunden dagegen führt in vielen Vertriebsabteilungen ein Stiefmütterchendasein, weil allzu oft die demotivierenden Kunden-Absagen die Stimmung trüben und nur wenige Menschen mit frustrierender, permanenter Ablehnung umgehen können.

Um eine ausgewogene Kundenbasis zu erreichen, sind jedoch beide Felder zu beackern. Das Vernachlässigen des einen oder anderen kann für eine Schieflage im Unternehmen und im schlimmsten Fall zur Unternehmensaufgabe führen.

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Darum sind die Hinweise im folgenden Teil von außerordentlicher Bedeutung für eine funktionierende und erfolgreiche vertriebliche Arbeit.

4 Tipps, um mit dem Mixed Team erfolgreich zu sein

Damit eine ausgewogene Kundenbasis erreicht werden kann, sind beide Verkäufer-Typen erforderlich – das haben wir zwischenzeitlich gelernt.

Das Vernachlässigen des einen oder anderen kann für eine Schieflage im Unternehmen und im schlimmsten Fall zur Unternehmensaufgabe führen.

Darum sind die folgenden vier Hinweise von außerordentlicher Bedeutung für eine funktionierende und erfolgreiche vertriebliche Arbeit:

Tipp 1: Sie benötigen Farmer und Hunter im Team

Aufgabe der Farmer ist es, sich um die Bestandskunden zu kümmern. Sie zu hegen und zu pflegen. Sie haben deren Vorlieben, Gewohnheiten, Wünsche, Pläne, deren Bedarfe und die Einkaufsprozesse, Ausschreibungen, sowie Investitionen im Detail zu kennen. Abgestimmt darauf sind Verträge zu gestalten und Angebote zu unterbreiten und stets die Beziehungen in positiver Stimmung zu halten.

Währenddessen befinden sich die Hunter auf der Jagd. Die Stärke der Hunter ist es, immer wieder für einen Strom von Anfragen von bislang unbekannten oder kaum bekannten Unternehmen zu generieren, der parallel zu den Bestandskundenaufträgen die Anfrage- und Auftragspipeline füllt.

Dadurch werden auch Anfragen ins Haus getragen, deren Umsetzung Neuland sein kann. Wichtig ist dabei der Bearbeitungsprozess im Backoffice, der sich elementar von den Prozessen im Bestandskundenbereich unterscheiden kann.

Stellen Sie die vorhandene Balance auf den Prüfstand: Passt die Verteilung der eher konsolidierenden Farmern und der eher Neugeschäftgetriebenen Huntern?

Achten Sie bei der Teamzusammensetzung auf die Verteilung der Stärken und Schwächen. Hier sollten neben der Ergänzung der fachlichen Qualifikationen auch die verhaltenstechnischen Eigenschaften beachtet werden. Farmer und Hunter ergänzen sich in ihren Stärken und können die jeweiligen Schwächen gegenseitig ausgleichen.

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Tipp 2: Setzen Sie die jeweiligen Mitarbeiterstärken gezielt ein

Ist Ihr „Hunter“ vielleicht doch lieber ein Farmer? Tut er sich schwer mit der ständigen Kundenansprache auf unbekanntem Terrain? Oder ist es umgekehrt?

Manchmal erzielen Mitarbeiter an ihrem Arbeitsplatz deswegen nur Mittelmaß, weil sie sich nicht am richtigen Arbeitsplatz befinden.

Prüfen Sie das im Mitarbeitergespräch und in der Vertriebstagung:

- Stimmen die Anforderungen mit der Qualifikation überein?
- Arbeitet der richtige Mitarbeiter am richtigen Arbeitsplatz?
- Passt dem Hunter, dem Farmer der Anzug, der ihm gegeben wurde?

Nun suchen Sie beispielsweise eine Verstärkung für Ihr Team, dass überwiegend aus Farmern besteht. Die Bestandskunden werden gut gepflegt, aber es fehlen Neukunden, die die Lücken bei den Langläuferprojekten der Key Accounts füllen.

Diese Ausgangslage ist in der vertrieblichen Realität häufig anzutreffen, weil die Farmertypen oft in der Überzahl sind – das mühselige Akquisitionsgeschäft lässt grüßen.

Dann schauen Sie doch zuerst einmal, ob unter Ihren Farmertypen nicht doch ein versteckter Hunter schlummert, dem die Neukundenakquisition zuzutrauen ist.

Eventuell braucht er nur noch den letzten Kick, den er durch gezielte Trainingsmaßnahmen erhält, um so dann auch in der Lage zu sein, die Hunterrolle erfolgreich umzusetzen.

Aber Achtung: Passen Sie Ihre in der Regel von Farmerattributen geprägte Organisationsstruktur der Hunter-Mentalität an. Sonst wird die Mischung nicht funktionieren, der Hunter sich nicht aufgehoben fühlen und die Ergebnisse hinter den Erwartungen zurückbleiben.

Auch ist darauf zu achten, dass der Hunter kein ausgeprägtes Besitztumssicherungs-Gen ausgebildet hat, wie es der Farmer gerne in sich trägt. Die Beute wird erlegt, über die Verteilung wird danach gesprochen. Sorgen Sie für eine gerechte Verteilung des erlegten Wilds.
Das sichert den Frieden im Revier und jeder wird weiterhin gerne respektvoll mit der Arbeit seines Nachbarn umgehen.

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Tipp 3: Praxislücken schließen

Wenn das Farmer-Hunter-Verhältnis in Balance ist und jeder Einzelne in Ihrer Vertriebsmannschaft seinen richtigen Platz gefunden hat, so beginnen Sie, die noch vorhandenen Kompetenzlücken zu schließen.

Jeder kann sich noch verbessern… bis zum Optimum ist stets noch ein bisschen Luft.

Zu empfehlen ist der folgende Schritt-für-Schritt-Weg:

1. Schritt: Unterteilen Sie Ihre Verkaufsprozesse in die elementaren Phasen.
2. Schritt: Legen Sie dann die wichtigsten Aktivitäten, jeweils für die Neukundengewinnung und die Bestandskundenbetreuung getrennt voneinander fest.
3. Schritt: Gleichen Sie nun Kompetenz und Praxiserfahrung mit den „neuen“ Anforderungen der definierten Aktivitäten ab.
   Besteht hier und da Handlungsbedarf?
4. Schritt: Formulieren Sie für jeden Farmer und für jeden Hunter die fest gestellten Kompetenzlücken und legen Sie im Einzelgespräch mit dem jeweiligen Mitarbeiter die weiteren Maßnahmen fest und schließen Sie so nach und nach die heute noch bestehenden Lücken.

Tipp 4: Wohlfühlatmosphäre schaffen

Denken Sie bitte daran: Ihr Team funktioniert nur im Ganzen. Jeder muss sich in seiner Rolle, in seinem Umfeld wohl fühlen, um die optimalen Ergebnisse zu erzielen.

Zu Ihrem Verkaufsteam gehören aber nicht nur Farmer und Hunter. Auch Assistenzkräfte, Wasserträger, Koordinatoren und andere Mentalitäten sind von Nöten, um aus Ihrem Team ein richtig gutes und schlagkräftiges Verkaufsteam zumachen.

Bauen Sie zueinander passende kleine Teams im Team auf – binden Sie einzelne Verantwortlichkeiten zusammen zu Verantwortungsteams, bilden Sie Allianzen, die sich stärken und motivieren.
Fördern Sie den Wettbewerb… es müssen nicht gleich die großen Incentives sein – heute steht auch bei vielen Verkaufsmitarbeitern an erster Stelle der Spaß bei der Arbeit, die Erfüllung etwas Nützliches zu tun, gemeinsame Erfolge zu feiern.

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Teamwork...

...ist etwas wunderbares, wenn das Team miteinander harmoniert.

Wenn jeder weiß, was der andere kann und tut.

Wenn man sich aufeinander verlassen kann.

So halte ich das auch.

Mein Team besteht aus Spezialisten und jeder steht für ein bestimmts Thema, eine bestimmte Kompetenz.

Wir ergänzen uns gegenseitig und können so für unsere Kunden stets das Optimum herausholen. Das macht Spaß und bringt Freude und jeder fühlt sich wohl dabei.

Hier geht's zu meinem Experten-Team:

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen und Ihrem Team einen mitreisenden Erfolg, der Freude macht und das Unternehmen stabilisiert und nach vorne bringt.

Herzliche Grüße
Ihr Rainer Bachmann

Sie konnten mit dieser Broschüre oder Techniken erfolgreich arbeiten oder haben Anmerkungen oder weitere Ideen und möchten mir diese mitteilen?

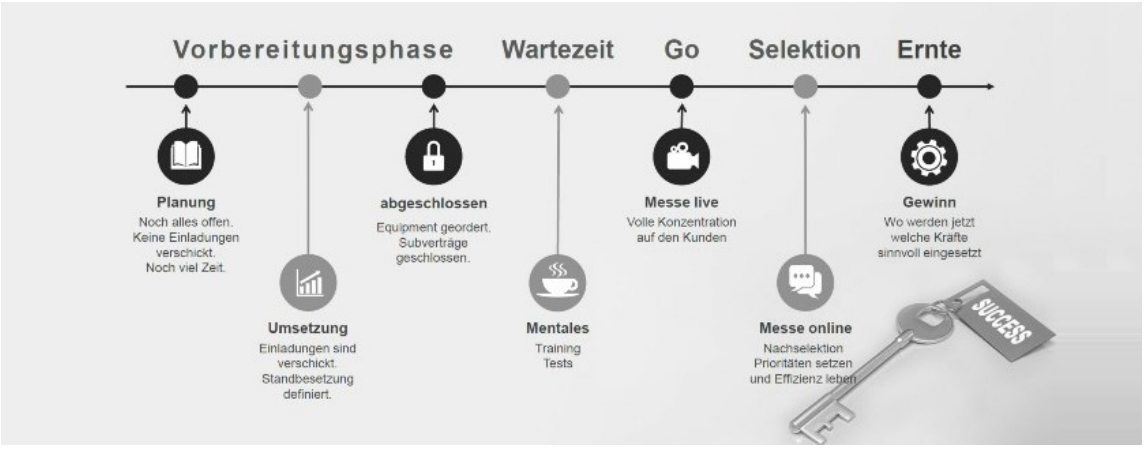
Ich freue mich auf Ihre Nachricht und Ihr Feedback:
rainer.bachmann@messe-doktor.de

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Das Messegeschäft...



...ist ein wunderbares Business.

Ich liebe Messe.

Bei Beachtung einiger Faktoren, die schnell zu Erfolgsfaktoren werden, macht Messe einfach sehr viel Spaß.

In oben dargestellter Grafik können Sie ein paar erkennen.

Viele Optimierungsmöglichkeiten kann man auch erahnen... in der Vorbereitung, auf der Messe und im Nachgang.

Und genau hier habe ich mir zur Aufgabe gemacht, Sie dabei zu unterstützen, dass Sie und Ihr Team die beste Messe aller Zeiten erleben können.

Nutzen Sie meine Erfahrung, mein Knowhow und mein Expertenteam.
Denn wir haben ein Bestreben:

Und das ist Ihr Erfolg!

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44 - 72770 Reutlingen

+49 1525 39 36 269
+49 7121 753 3848

Rainer.Bachmann@Messe-Doktor.de

Impressum | Über Rainer Bachmann

© copyright Rainer Bachmann
Alle Rechte vorbehalten.

Rainer Bachmann
Rosenstr. 44
72770 Reutlingen

Büro: +49 7121 753 38 48
Mobil: +49 1525 39 36 269

rainer.bachmann@messe-doktor.de
https://messe-doktor.de
http://rainerbachmann-terminkalender.online

SCAN ME

Rainer Bachmann ist als selbständiger Berater seit über 30 Jahren vertraut mit den vielfältigen Aufgaben und Herausforderungen rund um Entwicklungs-, Produktions- und Fertigungsprozessen in klein- und mittelständischen Unternehmen (KMU).

Die jahrzehntelange Vertriebserfahrung als Elektrotechniker mit EDV-Schwerpunkt in verschiedenen Branchen wird ergänzt durch Knowhow in den Bereichen (Online-)Marketing, Coaching und Messebusiness sowie den Erkenntnissen aus unzähligen Beratungsgesprächen, Schulungen und Trainings, Vorträgen und Moderationen.

Er ist Verkäufer und Messegänger mit Leib und Seele, Amazon-Bestseller-Autor und Speaker und liefert immer wieder Impulse und Inspirationen – auch als der Werte-Botschafter.

Da er sich schon lange für das Thema Industrie 4.0 interessiert und sich (nicht nur) als Vertriebsingenieur und Autor damit beschäftigt, ist er seit 2019 auch als Steinbeis-Projektleiter unterwegs.

Als Wertebotschafter und Weltethos-Ambassador berät er zudem kleine und mittlere Firmen in den Bereichen Unternehmensethik, Mitarbeiterfindung und -bindung und als Messe-Doktor mit seinem 5-R-Konzept zum Thema Fachmesse. Denn viele Unternehmen bleiben unter ihren Möglichkeiten und verschenken somit viel Geld.