



Mehr als die Hälfte aller CRM-Projekte scheitern im ersten Anlauf oder erreichen nicht die gesteckten Ziele. Warum?

Hand aufs Herz! Haben Sie die EDV-Abteilung mit dem Kauf eines CRM-Systems beauftragt? Dauert die Einführung immer noch an? Erweist es sich eher als Bremsklotz denn als Katalysator für den Verkauf? Oder dürfen Ihre Vertriebler noch mit Excel arbeiten? Entscheidungsunterstützung, Profitabilitätsplanung – alter Wein in neuen Schläuchen? 8 Thesen zur Diskussion:

**1. Wer das Ziel nicht kennt** – für den ist jeder Weg der Falsche! Wo stehen Sie heute? Wo wollen Sie hin? Wie schnell? Viele Wege führen nach Rom. Aber sind Ihre Geschäftsziele auch Ihre Vertriebsziele? Überlegen Sie! Entscheiden Sie! Handeln Sie!

**2. Beliebt oder gehasst?** Weshalb wird die Datenbank nicht akzeptiert? Gibt es Bedenkenträger? Fragen Sie! Warum werden Mitarbeiter gezwungen, graue und komplizierte Masken auszufüllen, statt endlich den nächsten Kunden anzurufen? Müssen Wochenenden über Tabellen-Kalkulationen statt mit der Familie verbracht werden?

**3. Die Realität ist in Wirklichkeit ganz anders.** Die Praxistauglichkeit Ihrer Konzepte, Werkzeuge und Methoden zeigt sich im Tagesgeschäft. »Jedes Denken wird dadurch gefördert, dass es in einem bestimmten Augenblick sich nicht mehr mit Erdachtem abgeben darf, sondern durch die Wirklichkeit hindurch muss.« (Einstein)

**4. Viele Köche verderben den Brei.** Dürfte jeder beim Salz in der Suppe mitreden, müssten alle verhungern. Wichtig: Wenn der Chefkoch abgeschmeckt hat, wird nicht mehr nachgewürzt. Noch wichtiger: Wechseln Sie den Chefkoch eher selten!



**5. In Schönheit sterben.** Weniger Individualität kann zu Anfang mehr sein. Ach so, Ihr Unternehmen ist anders? Das kommt gleich nach »haben wir schon immer so gemacht«, »haben wir noch nie so gemacht« und »könnte ja jeder kommen«. Ihr Lieferant wird sich über volle Auftragsbücher freuen: Wer zu schön sein will, zahlt drauf...

**6. Wer den Mund zu voll nimmt...** Widerstehen Sie der eierlegenden Woll-Milch-Sau, meiden Sie Mehrfrontenkriege. Schrittweise umsetzen, systematisch verbessern! Umgehen Sie teure Odysseen, erfreuen Sie sich auch an kleinen Zugewinnen, erklimmen Sie die Erkenntnispyramide des Vertriebes – stufenweise!

**7. Was Hänschen nicht lernt...** Dokumentationspapier allein ist geduldig. »Wissen wie« ermöglicht den souveränen Umgang, erzeugt Nutzen und Akzeptanz. »Erfahrung ist eine teure Schule, aber Narren wollen anderswo nicht lernen.« (Franklin) Und: Man kann einen Jagdhund nicht zum Jagen tragen.

**8. Wer einen Hammer besitzt** – für den sieht alles wie ein Nagel aus. Kaufen Sie keine Software! Kundenorientierung kann man nicht kaufen und installieren, man muss sie tagtäglich atmen. Verkaufsprozesse und deren Umsetzung sind Aufgabe des Vertriebes. Wer heute nichts tut, ist morgen schnell von gestern.

	<b>autor</b> Tobias Zimmer
	→ <a href="http://www.Emnis.de">www.Emnis.de</a>
<p>Ich bin Geschäftsführer beim CRM-Hersteller Emnis. Effiziente Akquise ist Top-Prio für jeden Vertriebsvorstand. Ich lade Sie persönlich ein, sich an der Gruppen-Diskussion mit den über 600 Fachkollegen zu beteiligen: <a href="http://www.xing.com/net/vertriebscontrolling/">www.xing.com/net/vertriebscontrolling/</a></p>	