



## **Vertriebsziele - Warum sie oft nicht erreicht werden und was man dagegen tun kann.**

Ob sich ein Unternehmen am Markt positionieren kann, hängt unter anderem auch stark von der Leistungsfähigkeit seines Vertriebs ab. Und der Vertrieb kann nur dann erfolgreich arbeiten, wenn er sich an dem Vertriebsplan und den gesteckten Vertriebszielen orientiert. Der folgende Beitrag zeigt Gründe auf, weshalb Vertriebsziele typischerweise nicht erreicht werden und wie die Neukundengewinnung auf eine solide Basis gestellt werden kann.

Das neue Jahr ist gekommen und der Jahreswechsel ist für viele Unternehmen der Anlass zu prüfen, inwieweit die Vertriebsziele effizient erreicht wurden. Wenn das Erreichte nicht mit dem geplanten Soll übereinstimmt, genügt es in der Regel nicht, sich bei der Planung für das kommende Jahr auf neue Ziele wie höhere Umsatzzahlen, einen größeren Marktanteil oder mehr Gewinn zu fokussieren. Wichtig ist es vor allem, die Gründe zu analysieren, warum die Wunschzahlen nicht erreicht werden konnten.

Im Folgenden finden Sie häufige Ursachen dafür, warum das Erreichen von Vertriebszielen in einem Unternehmen häufig schon im Ansatz zum Scheitern verurteilt sind.

### **Fehlende Vertriebskompetenz in der Firma**

Der erste Grund für mangelnde Neukundengewinnung und Umsatzsteigerung kommt häufiger vor, als man es für möglich halten möchte: Ein Unternehmen hat zwar rund um die Herstellung seiner Produkte und Dienstleistungen eine Menge kompetenter Experten an Bord, beschäftigt aber schlicht und einfach keinen Vertriebsprofi. Manchmal geschieht dies, weil eine fachkundige Vertriebsunterstützung nicht für nötig gehalten wird, in vielen Fällen jedoch aus finanziellen Gründen. Doch wer die Stelle eines Vertriebsexperten einsparen will, spart an der falschen Stelle. Daher gilt für die Verantwortlichen der betreffenden Unternehmen als oberste Devise: Überlassen Sie Ihre Vertriebsaktivitäten nicht dem Zufall und beschäftigen Sie einen Experten für diese wichtige betriebliche Funktion.

### **Ohne Konzept und Strategie**

Mit dem Fehlen eines echten Vertriebsexperten im Betrieb ist auch das Fehlen eines Vertriebskonzeptes und einer Vertriebsstrategie verknüpft. Ein Vertriebskonzept aus dem Lehrbuch hilft dabei jedoch in den allerseltensten Fällen weiter. Weitaus wichtiger ist eine Vertriebsstrategie, die sich eng an den Besonderheiten, Leistungen, Perspektiven und Zielsetzungen des Unternehmens orientiert.

### **Keine Vertriebsziele**

Wer sich keine Ziele setzt, weiß auch nicht, welche Maßnahmen rund um die Neukundengewinnung auf dem Weg dorthin zu ergreifen sind. Das führt dazu, dass sich der Vertrieb auf die herkömmlichen Vertriebskanäle und vor allem den gewachsenen Kundenstamm erstreckt.



### **Zu niedriges Budget für Marketing und Vertrieb**

Will man nicht nur exzellente Produkte und Dienstleistungen anbieten, sondern diese auch an bestehende und neue Kunden verkaufen, ist auch heute noch bei vielen Unternehmen ein Umdenken nötig. Es genügt nicht, ein möglichst großes Budget in die Entwicklungsarbeit und die Produktion zu investieren. Ebenso braucht ein leistungsstarker Vertrieb eine solide finanzielle Basis für effizientes Arbeiten. Vor allem im Hinblick auf die Neukundengewinnung. Das gilt für die Honorierung der Arbeit von erfahrenen Vertriebsprofis ebenso wie für einen kreativ und kompetent zusammengestellten Mix aus wirkungsvollen Vertriebs- und Marketingmaßnahmen im Rahmen eines strategisch erarbeiteten Vertriebs- und Marketingplan.

### **Nicht ausreichend ausgebildetes Personal**

In jedem betrieblichen Bereich entstehen Defizite, wenn die nötigen Fachkräfte für eine professionelle Unterstützung fehlen. Das ist bei der Entwicklung ebenso gültig wie bei der Produktion oder in der Buchhaltung. Oft werden in den Betrieben zwar Vertriebs- und Marketingmaßnahmen, zum Beispiel im Bereich Telesales, beschlossen, dann aber mehr oder weniger unprofessionell von nur kurzfristig im Unternehmen arbeitenden Praktikanten oder angeleiteten Teilzeitkräften umgesetzt. Das führt in vielen Fällen zur bloßen Geldverschwendung.

### **Vertriebsunterstützung erfolgt unprofessionell**

In vielen Unternehmen sind durchaus Vertriebsmitarbeiter an der Basis unterwegs, um die Bestandskunden zu betreuen und aus Interessenten Neukunden zu machen. Doch auch motivierten Mitarbeitern sind schnell die Hände gebunden, wenn sie durch das Unternehmen nicht die nötige Unterstützung durch ein ausreichendes Budget, Schulungsmaßnahmen, eine professionelle materielle Unterstützung wie Dienstwagen, Laptop, Handy und Werbematerial sowie einen qualifizierten Innendienst erhalten.

Es gibt sicherlich noch eine Vielzahl weitere Gründe, warum Vertriebsziele nicht erreicht werden. Nicht immer ist es die fehlende Vertriebskompetenz oder mangelnde Vertriebs- und Marketingmaßnahmen. Manchmal gibt es auch einfach keinen Markt für die Geschäftsidee und die angebotenen Produkte und Dienstleistungen.

Wenn Sie in Ihrem Unternehmen den Bedarf für eine professionelle Vertriebsunterstützung sehen, sich aber keine Experten in Festanstellung leisten können oder wollen, ist eine externe Unterstützung die ideale Lösung. Die Unterstützung von Profis auf dem Gebiet von Marketing und Vertrieb ist eine wichtige und wirkungsvolle Investition in die Zukunft Ihres Unternehmens im Hinblick auf Existenzsicherung und Ausbau der Kunden, des Umsatzes und der Stellung am Markt.



**UG VERTRIEB**  
VERTRIEB | STRATEGIE | PLANUNG

### **Externer Blick**

Oft hilft den betroffenen Unternehmen gerade der objektive Blick von außen. Der Grund liegt darin, dass festgefahrene betriebliche Abläufe nicht immer nur ein positives Zeichen für ein eingespieltes und funktionsfähiges Team beziehungsweise Gefüge sind. Oft ist es auch ein Hemmschuh für innovative Entwicklungen und vor allem für die Weiterentwicklung im Bereich Marketing und Vertrieb. Eine externe Vertriebsunterstützung hilft den Unternehmen, über den berühmten Tellerrand hinweg Fehlerquellen und neue Potenziale im Vertrieb zu erkennen und dieses Wissen sinnvoll zu nutzen.

### **Langjährige Erfahrung für wertvolle Impulse**

Die UG VERTRIEB wurde im Jahr 2010 gegründet und ist mit Büros und Partnern in Stuttgart, Düsseldorf, Berlin und Wien immer in der Nähe ihrer Kunden.

Unternehmensgründer Uwe Günther bringt mehr als 25 Jahre Vertriebserfahrung mit und hat ein Netzwerk an ebenso kompetenten und erfahrenen Partnern.

Unterstützt werden vor allem kleine und mittelständische Unternehmen aus verschiedensten Branchen. Themen sind die Neukundengewinnung, die Umsatzsteigerung durch den Ausbau von Kundenbeziehungen, die Konzeption, Planung und Umsetzung von Vertriebsmaßnahmen sowie die Erstellung von Vertriebs- und Marketingplänen.

Die gesamte Bandbreite der Leistungen von UG VERTRIEB finden Sie unter [www.ug-vertrieb.de](http://www.ug-vertrieb.de)

### **Kontakt:**



**UG VERTRIEB**  
VERTRIEB | STRATEGIE | PLANUNG  
Uwe Günther  
Banzhaldenstr. 77  
70469 Stuttgart  
Telefon +49 711 94587912  
Telefax +49 711 8063074  
E-Mail [info@ug-vertrieb.de](mailto:info@ug-vertrieb.de)  
[www.ug-vertrieb.de](http://www.ug-vertrieb.de)

[www.ug-vertrieb.de](http://www.ug-vertrieb.de)