

WACHSTUMS NEWS.03.16

THEMA:
MANAGEMENT FALLE:
**„DER ERFOLG VON GESTERN
IST DER FEIND VON HEUTE UND
DER KILLER VON ZUKÜNFTIGEM
UNTERNEHMENSWACHSTUM“**



„Wir sind doch schon erfolgreich“, dieser Spruch gehört aus dem Wörterbuch des Managements gestrichen.

Die Vorstellung vom dauerhaften erfolgreichen Unternehmen ist ein romantischer Traum.

Denn das Paradoxe ist, dass das was dich zum Erfolg gebracht hat, dich nicht erfolgreich bleiben lassen wird.

„Selbst erfolgreiche Unternehmen können sich zugrunde ruinieren, wenn sie weiterhin vorgehen wie in der Vergangenheit“

Leadership Experte Warren Bennis

Denn die größte Gefahr ist nicht die Konkurrenz, sondern dass der Erfolg uns träge macht.

Das beste Beispiel hierfür ist die **Kodak Gruppe**. Sie blicken auf eine lange Geschichte von Fortschritten und wegweisenden Produkten zurück, jedoch haben sie nicht an das Potential und die Entwicklung der Digitalen Fotografie geglaubt und so hat das im Jahr 1880 gegründete Traditionsunternehmen 2012 Insolvenz angemeldet.

Daher mein Credo an Sie: Nichts ist schöner aber auch gefährlicher als der Erfolg. Er verführt zu Selbstzufriedenheit und eröffnet der Konkurrenz jenseits des Tellerrandes neue Wege und Möglichkeiten. Geben Sie sich daher nie mit dem Istzustand zufrieden.

Bleiben Sie aktiv und gehen immer wieder neue Wege denn niemand kann ewig auf der selben Welle surfen. Die Kunst besteht darin, rechtzeitig vom Kamm der einen Welle auf die nächste

zu springen. Und zwar immer bevor die Welle, die einen so schön trägt und beflügelt, bereits abflacht und an Energie verliert.

NUN, DANN STELLT SICH DIE FRAGE: WIE STELLEN WIR DAS SICHER?

Um es mit den Worten von Goethe zu sagen
„ständiges aktives TUN“

Ja, es gibt nichts Gutes außer man „TUT“ es. Bei der aktiven Kundengewinnung und auf dem Weg zum dauerhaften und nachhaltigen Erfolg kommt es daher immer wieder auf die drei gleichen Faktoren an:

SHOWING UP - Loslegen und präsent sein

FOLLOWING UP - Dranbleiben

LEARN TO CLOSE - Lernen den Deal abzuschließen

Der entscheidende Faktor für erfolgreiches und vor allem nachhaltiges Wachstum ist die **„AUS-DAUER“** kombiniert mit dem Nachfassen bei potentiellen Projekten und Kunden und immer fortwährendes **„Innovatives“** Denken im Unternehmen fördern und zulassen.

„GEHEN SIE MIT DER ZEIT, SONST GEHEN SIE MIT DER ZEIT“.

EXPAND



WACHSTUMSWORKSHOPS:

30. JUNI 2016

Althoff Hotel am Schlossgarten
Schillerstraße 23
70173 Stuttgart

22. SEPTEMBER 2016

Kempinski Hotel Frankfurt
Graf zu Ysenburg und Buedingen Platz 1
63263 Frankfurt

BETRACHTEN WIR „AUSDAUER“ DOCH EINMAL AUS SICHT EINES VERKÄUFERS:

Was meinen Sie wie viel Prozent aller Verkäufer bleiben aktiv an einer Perspektive dran?

Die Antwort ist ernüchternd aber leider die Realität.
LAUT EINER UMFRAGE DER „NATIONAL SALES EXECUTIVE ASSOCIATION“ ERGAB SICH:

- X** 48 % aller Vertriebsleute fassen nie bei einer neuen Perspektive nach
- X** 25% aller Vertriebsleute machen zwei Kontaktversuche und geben dann auf
- X** 12% aller Vertriebsleute machen nur drei Versuche und geben dann auf
- X** Nur 10% aller Vertriebsleute machen mehr als drei Versuche

Die Praxis zeigt aber, dass nur diejenigen Erfolg haben die dauerhaft „Ausdauer“ zeigen und aktiv sind, denn statistisch gesehen werden nur 2% der heutigen Verkaufsgeschäfte mit dem ersten Kontakt gemacht.

- X** 3% der Verkaufsgeschäfte werden mit dem zweiten Kontakt gemacht
- X** 5% der Verkaufsgeschäfte werden mit dem dritten Kontakt gemacht
- X** 10% der Verkaufsgeschäfte werden mit dem vierten Kontakt gemacht
- X** und 80 % werden mit dem fünften bis zwölften Kontakt gemacht

Aber Wachstum und dauerhafter Erfolg ist nicht nur Aufgabe des Vertriebes, sondern ein Zusammenspiel einzelner Faktoren und Bereiche.

So machen z.B. 2/3 des Verkaufs- und Unternehmenserfolges das Zusammenwirken von gutem Marketing und systematischer Kundenorientierung gepaart mit guter Personal-, und Entwicklungsarbeit aus.

Ein Irrglaube ist wie meist angenommen, dass passende Vertriebswege und passende Vertriebsorganisation das wichtigste Kriterium für den Verkaufs- und Unternehmenserfolg sind.

Beim Weltmarktführer für Sportartikel wird daher schon seit sehr langer Zeit das Zusammenspiel von Verkauf, Marketing und Innovation groß geschrieben und ist ein wesentlicher Bestandteil des heutigen Erfolges.

So wird vor jeder Produkteinführung eine ausführliche und detaillierte Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalyse durchgeführt und auch mal was Neues einfach ausprobiert.

Mit dem Ziel nicht nur Zielmärkte, Zielkunden und Wettbewerber sowie Wettbewerbsprodukte genau zu kennen, sondern vor allem bereits „Lösungen“ für die Wahlkunden anbieten zu können.

Zeigen auch Sie Abenteuerlust und schaffen Sie
**»WACHSTUM OHNE KOMPROMISSE!«
DURCH MUT. FREIHEIT. NACHHALTIGKEIT.**



Im Mai Newsletter erfahren Sie, wie Sie und Ihre Verkaufsmannschaft Ihren Wettbewerbern immer einen Schritt voraus sind.

AKTUELLE VORTRÄGE**MITTWOCH, 09. NOVEMBER 2016**

Vortrag im Messe Forum
Electronica München



EXPAND ✕ Stephan Christ Wachstumsexperte, Dipl. Sales Manager (FH)
Am Pfarranger 27 ✕ 84036 Kumhausen ✕ Germany
Phone +49 871 4043-7318 ✕ Fax +49 871 4043-8061 ✕ info@exxpand.de ✕ www.exxpand.de