



Leider hat sich in der letzten Ausgabe ein Fehler eingeschlichen. Anbei der richtige Text zu diesem Bild:

ERFOLGSFAKTOR VERTRIEBSPOSITIONIERUNG

Das Thema „Positionierung im Verkauf“ stand im Mittelpunkt einer Podiumsdiskussion im klub47. Experten aus Vertrieb, Kommunikation, Neukundengewinnung und Persönlichkeitsentwicklung stellten sich den Fragen des Moderators.

Wie und ob überhaupt eine Marke wahrgenommen wird, entscheidet der Kunde. Umso wichtiger ist eine klare Positionierung. Vertriebstherapeut Gerhard Jeidler sieht Fokussierung als Kernthema.

Doch wie formt man eine persönliche Marke? „Man muss in sich hinein spüren: Bei welchem Thema habe ich ein Lächeln im Gesicht? Dann stehe ich für das, was ich tue und wirke authentisch“ erklärt Thomas Albrecht, CEO des Referral Institutes in der DACH-Region. Clemens Widhalm, CEO von Dale Carnegie Training, ergänzt: „Marke entsteht dadurch,

wie Führungskräfte und Mitarbeiter handeln. Der Schlüssel dazu ist hundertprozentige Identifikation mit den Unternehmenswerten.“

Was Unternehmen – gewollt oder ungewollt – sagen, wenn sie zu ihren Kunden sprechen, illustrierte Kommunikationsexpertin Barbara Roth: „Kommunikation kann ein echter Performance-Treiber im Unternehmen sein, wenn sie auf allen Kanälen stimmig ist. Der Vertrieb nimmt eine Schlüsselstellung in der Unternehmenskommunikation ein.“

Jochen Ressel, Direktor des klub47, resümiert den Diskussionsnachmittag: „Jeder Anbieter braucht ein klares Verständnis dessen, was er leisten will und kann. Das schafft die Möglichkeit, der Zielgruppe auf Augenhöhe zu begegnen und ist essentiell, um als relevanter Partner des Kunden wahrgenommen zu werden.“