

## Fit für den IT-Vertrieb?

### Wie komme ich an den Kunden heran?

Selten stehen die Kunden Schlange – daher kommt man ohne aktiven Vertrieb kaum aus. „Aber wie geht das?“ Diese Frage stellen sich viele IT-Firmen, die ihren Vertrieb ausbauen wollen. Die erste Weiche: direkt oder über Partner. Letztere scheint bequemer, doch bedeutet nicht automatisch auch Neugeschäft. Denn meist ist man eine von mehreren Optionen im Portfolio des Partners. Um aktiv zu werden, braucht dieser aber intensive Betreuung: „Vertriebspartner-Aktivierung“ bedeutet ständiges Kontakthalten, Informieren und Interesse am Kunden zeigen. Der direkte Draht zum Kunden ist kürzer, aber unbequem: Kaltakquise, aufwendige Interessentensuche etc. Allerdings hat man die Kundengewinnung selbst in der Hand. Mit einem Mix aus direktem und indirektem Vertrieb steht man meist auf zwei sicheren Beinen.

Ihr Zielkunde hat meist drei Fragen, über die er in wenigen Sekunden entscheidet: Welches Unternehmen ist das?

Was ist das Ziel? Kann mir die Firma behilflich sein? Daher muss das Gespräch gut vorbereitet sein:

- Welche Kunden passen zu uns?
- Wie soll die aktive Ansprache erfolgen?
- Wann ist der optimale Zeitpunkt zur Kontaktaufnahme?
- Haben wir einen „Aufhänger“ warum wir gerade jetzt interessant sind?
- Wie können wir unsere Produkte in wenigen Sätzen beschreiben?
- Welche Fragen könnte uns ein Kunde stellen?
- Welche Probleme können sich seitens der Kunden ergeben?
- Haben wir professionelle Unterlagen zur Unterstützung?

Wer die genannten Fragen berücksichtigt, hat bereits einen wichtigen Beitrag zum Erfolg geleistet. Was der Kunde wirklich will, zeigt aber nur die Praxis. Lernen Sie von Ihren Kunden und optimieren Sie

die Ansprache von Kontakt zu Kontakt.

Hat man Interessenten, sprich „Leads“, gefunden, zählt Ihr Verhalten in der Angebotsphase:

- Halten wir versprochene Termine ein?
- Verstehen wir die internen Motive und Bedürfnisse?
- Kennen wir die relevanten Ansprechpartner und Entscheidungsträger?
- Bauen wir eine Kundenbeziehung auf?
- Stellen wir die entscheidende Kaufrage?

Ist Ihr Auftritt in all diesen Bereichen professionell, sind Ihre Chancen auf Abschlüsse realistisch. Also: warten Sie nicht auf das Läuten des Telefones sondern werden Sie selbst aktiv!

Mag. Karl Loidhold ist Experte für IT-Vertrieb, Lektor an der Fachhochschule Wien und unterstützt namhafte Firmen im IT Vertrieb.

→ [www.lcs.at](http://www.lcs.at)

## Ready for IT sales and distribution?

### How to reach a client?

In many cases enterprises have to win their clients and therefore need active sales and distribution measures. But the crucial question for most of them is “how to do so?”

The first step is to sell either directly to a client or by means of a partner. The partner option seems to be easier, however this does not guarantee new business actions as you are then often seen as one of several options to be taken into consideration. The key measure in this context is “being active”: keep in touch, inform your partners and show you care for them. The other possibility: contact your client directly which means cold calling, time consuming search for interested parties etc. The positive aspect is that it lies in your own hands to win a client. A balance between direct and indirect sales and distribution approach seems to be a key factor to success. If you get in contact with prospective clients they will ask themselves 3 main

questions: what kind of company you are, if you could help them and how could you help them. So, it is very important to prepare the following:

- How can we explain our products in short phrases?
- Which problems does our client have?
- What kind of client fit to us?
- How do we get into contact with a client?
- Do we have professional brochures or other written information?
- Is there a special occasion or reason why we are interesting for a client at this moment?
- Which questions could be relevant for a client?
- When is the ideal moment to contact a client?

To be well prepared on these questions is the first step to success but don't forget that only practical experience shows what your client really needs. Benefit from your clients by

learning from them and get better and better every time you work with a new client. Once you have won an interested party it is important how we act in the offering period:

- Do you meet the deadlines?
- Do we understand the internal needs and motivation?
- Do we know the people who take serious decisions or influence the business?
- Do we ask the question of buying in the right way and the right moment?

Keep in mind: if you are a professional in all these fields you might be successful, so don't wait and get active!

Mag. Karl Loidhold is an expert in IT sales and distribution, working as a lector at the “Fachhochschule” in Vienna and supports notable enterprises with IT sales.