



Spickzettel Rollenmuster im Verkauf



Mit diesem Spickzettel erinnern Sie sich an die typischen Rollenverständnisse von Verkäufern und wie diese zu den vier Geschäftsfeldern passen. Als Rollenverständnis bezeichnen wir die Verhaltensweisen, die Verkäufer für sich als Erfolgsmodell sehen.

Der Kontakter „liebt“ seine Kunden. Wenn er „meine Kunden“ sagt, dann meint er es mit Besitzanspruch, denn er hat viel in diese Beziehungen investiert: Er weiß alles über seine Kunden. Im besten Fall ist er der Vertraute des Entscheiders, der auch ohne unerlaubte Zuwendung dessen Präferenz ist und deren enge Bindung auf persönlicher Ebene die Stürme des Wirtschaftslebens übersteht. Früher nannte man das im besten hanseatischen Sinne: Geschäftsfreund.

Der Entwickler legt besonderen Wert darauf, Kundenbeziehungen zu entwickeln. Er kann die Perspektive des Kunden verstehen, dessen Perspektive einnehmen, und dann aus eben jener Perspektive die beste Alternative ermitteln. Im besten Fall ist er ein kühler Diagnostiker, der die Probleme des Kunden nüchtern entlarvt und die Schmerzen gnadenlos zutage fördert. Einer der die Lösung findet, ohne sie akademisch erklären zu wollen.



Viel Know-How der Kunden
Wenig Innovationserwartung

Viel Bedürfnis nach Nähe
Wenig Wechselbereitschaft



Wenig Know-How der Kunden
Viel Innovationserwartung



© Stephan Heinrich nach einem Modell von Peter Grimm (www.Marktspiel.de)

Wenig Bedürfnis nach Nähe
Viel Wechselbereitschaft



Der Verwalter ist es gewohnt in reifen Märkten zu agieren. Er weiß, dass seine Kunden viele Alternativen haben. Seine Produkte unterscheiden sich nicht wesentlich von denen des Wettbewerbers. Er ist darauf aus, den Bestellvorgang zu optimieren und Kosten zu sparen – für den Kunden und sich selbst. In unserer Welt werden die Verkäufer in diesem Segment durch Maschinen ersetzt. Das ist so, weil der Kunde weiß, was er will und nicht einen Cent mehr bezahlen möchte.

Der Jäger ist aggressiv. Er will schnelle Ergebnisse. Er ist motiviert, wenn klar erkennbare Resultate direkt auf seine Aktionen folgen. Er will sofort Erfolge feiern. Jäger wollen keine Beziehungen aufbauen. Jäger wollen jagen, abschließen und feiern. Der Jäger hat wenig Einfühlungsvermögen, auch wenn er das Gegenteil glaubt. In seiner besten Ausprägung ist er der emotionale Verkäufer, der seine Kunden für sich gewinnt, Zweifel überkommt und sie zügig zu einer guten Entscheidung führt.