

„Im Fokus steht der Mensch“



Fotos: ©Shutterstock, Sichel und Team

Im Interview mit POS Technology spricht Vertriebsfachmann Christian Sichel über Praxisnähe, ganzheitliche Strategien und die Konzentration auf das Wesentliche

**Was verbirgt sich hinter Ihrer Philosophie Simplify Your Sales?**

Unser Ziel ist es, alle Führungskräfte und Vertriebler wieder in die Lage zu versetzen, ihren Job mit Freude und dem bestmöglichen individuellen Können zu machen. Hierzu betreiben wir eine ganzheitliche Vertriebsentwicklung, die wir nach dem Prinzip der Einfachheit und der Beseitigung von Komplexität gestalten.

Es geht uns darum, dass ein Mensch innerhalb seines Umfeldes und seiner Strukturen bestmöglich agieren kann. Jeder einzelne Mensch soll in die Lage versetzt werden, selbstwirksam zu sein.

**Was ist bei dieser speziellen Methode besonders ausschlaggebend?**

Wir konzentrieren uns auf die wesentlichen Erfolgsfaktoren für alle am Verkauf beteiligten Hierarchieebenen. Diese Hierarchieebenen müssen im Gleichklang arbeiten, da ansonsten keine Langzeitwirkung entsteht. Es geht darum, ein harmonisiert arbeitendes System herzustellen, anstatt unproduktive Einzelaktionen zu initiieren.

**Wie kamen Sie auf die Simplify-Idee?**

Wenn wir uns im Verkauf umschauchen, stellen wir immer wieder fest, wie schwer sich die Mitarbeiter tun. In einer immer komplexer werdenden Welt prasseln laufend neue The-

men und Vorgehensweisen auf sie ein. Es wird „panikdigitalisiert“ und immer weiter gelernt. Die Frage, die aber oft offen bleibt: Wann soll das alles umgesetzt werden?

Schauen wir hinter die Kulissen, stellen wir sehr schnell fest, dass es viel zu häufig um Themen geht, die die Mitarbeiter nicht dabei unterstützen, ihre tägliche Arbeit wirklich besser zu machen. Viel eher hindern sie sie sogar.

Es werden viel zu oft Dinge initiiert, die nicht mit dem täglichen Handeln in Einklang stehen. Das Verkaufen und das Kaufen wird hierdurch weder für Verkäufer noch für Kunden angenehmer.

**Welche Dienstleistungen bieten Sie konkret an und wer gehört zu Ihren Kunden?**

Wir bieten eine nachhaltige Vertriebsentwicklung, die auf Beratung, Coaching und Training beruht. Sie harmonisiert alle beteiligten Hierarchieebenen, fokussiert sich auf den Menschen und stellt damit mehrdimensionale Wirksamkeit her.

Wir maximieren den Verkaufserfolg, steigern die intrinsische Motivation der Mitarbeiter und begeistern Kunden für mehr Umsatz sowie Konstanz im gesamten Vertriebssystem. So stellen wir konstantes Unternehmenswachstum sicher.

Uns sind alle Kunden wichtig und auch wenn jeder unserer Kunden etwas anderes sagen würde, haben alle ähnliche Herausforderungen. Egal ob Handel, Kranbau, Versicherung oder Pharma. Am Ende reden wir immer über Menschen und das, was sie tun oder eben nicht tun. Das ist branchenunabhängig.

**Was genau zeichnet Ihre Dienstleistungen im Vergleich zu jenen Ihrer Mitbewerber aus und warum sollte ein Kunde ausgerechnet von Ihnen beraten werden?**

Wir konzentrieren uns auf die wesentlichen Dinge, die den Erfolg bringen und vermitteln diese in einer sinnstiftenden und sofort umsetzbaren Form. Wir beraten oder trainieren im ersten Schritt nicht themenorientiert, sondern denken zunächst von der Aufgabe der Mitarbeiter her. Was müssen Mitarbeiter in einer bestimmten Position tun, um erfolgreich zu sein und wie wirkt sich das Handeln positiv im direkten Umfeld aus?

Wie wirkt sich das Denken und Handeln der Geschäftsführung auf seine Führungskräfte aus?

Wie wirkt sich das Denken und Handeln einer Führungskraft auf den Verkauf aus? Wie wirkt sich das Denken und Handeln des Verkaufs auf Kunden aus?

Wie wirkt sich das Denken und Handeln von Kunden nach dem Kauf auf das gesamte Unternehmen aus?

**Welchen Stellenwert sollte der Vertrieb innerhalb eines Unternehmens Ihrer Meinung nach besitzen?**

An dieser Frage scheiden sich die Geister, seit ich im Verkauf bin. Jeder findet seine

Abteilung am wichtigsten. Ohne Produkte oder Lösungen kein Verkauf, ohne Verkauf kein Geld für Innovationen, der Verkauf ist nichts ohne das Marketing und so weiter.

Die Frage ist aber nicht, wer den höchsten Stellenwert hat, sondern wie bringen wir die verschiedenen Abteilungen dazu, miteinander zu sprechen? Wie bringen wir sie dazu, sich gegenseitig zu unterstützen und gemeinsam an ihrer Zielerreichung zu arbeiten? Es gibt in der Geschichte viele Beispiele dafür, dass nur miteinander reden und gemeinsame Ziele zu definieren zum Erfolg führt.

**Warum ist es so wichtig, dass Unternehmen auf eine ganzheitliche Strategie setzen?**

Weil darin der Erfolg und die Nachhaltigkeit verborgen liegt. Nachhaltigkeit bedeutet: Alle machen mit, jeder kennt seinen Beitrag zum Erfolg und weiß, was er/sie tun muss! Ich kann als Geschäftsführer, Führungskraft oder Manager nicht erwarten, dass mein Vertrieb trainiert wird und mein eigener Anteil daran ist, das Ganze aus meinem Budget zu bezahlen. Nur das Portemonnaie aufzumachen, reicht bei Weitem nicht aus.

**Sie setzen bei Ihrer Arbeit vor allem auf Praxisnähe. Warum besitzt dies so eine hohe Priorität?**

Wenn Sie mit dem Verkauf –egal ob Führungskraft oder Verkaufsmitarbeiter– arbeiten, können Sie nicht theoretisch herumschwärzeln. Unsere Aufgabe ist es, in den Arbeitsalltag dieser Menschen einzutauchen, um nachzuvollziehen, was sie wirklich erfolgreich macht.

Die Mitarbeiter haben ein sehr feines Gespür dafür, was sie bei der Zielerreichung unter-

stützt und was nicht. Die Inhalte müssen vom Kopf direkt eine Etage tiefer rutschen. Viel zu häufig bleiben sie aber im Kopf stecken. Da war die Maßnahme vielleicht unterhaltsam, aber mit Wirkung hat das nichts zu tun.



Unser Interviewpartner Christian Sichel ist Geschäftsführer von Sichel und Team, einem der führenden deutschen Anbieter für Vertriebsentwicklung