



## Wachstum systematisch beschleunigen

Wachstum! – Kontinuierliche, hohe Auslastung der eigenen Fertigung. Kunden gewinnen und weiter ausbauen. Erfolgreiche Marktbearbeitung. Wer als technisches Unternehmen einen echten Schritt nach Vorne gehen will, der schraubt besser nicht an Insellösungen. Es ist ein System ganz verschiedener Dinge, die Wachstum beschleunigen. Denn darum geht es bei unserer Zusammenarbeit: die richtigen Hebel zu finden, damit Sie Ihre Ziele konsequent erreichen. Kurzum: ein systematischer Wachstumsplan.

WACHSTUMSPLAN GmbH wurde bereits mehrfach ausgezeichnet und gehört zu den besten Mittelstandsberatern Deutschlands.

# Arbeitsbereiche

Wachstum erreichen Sie nicht durch Einzelmaßnahmen,  
sondern das Zusammenspiel einiger der folgenden Bereiche:

Neue Vertriebsmodelle durch Digitalisierung	Seite 03
Ziele und Vertriebsstrategie	Seite 04
Moderne Vertriebsorganisation	Seite 05
Vertrieb pushen & trainieren	Seite 06
Markt- und Markenkommunikation	Seite 07
LinkedIn im Vertrieb	Seite 08

## Neue Vertriebsmodelle durch Digitalisierung

Selbst führende Unternehmen haben Schwierigkeiten damit, dass ihr Vertriebsmodell inmitten der voranschreitenden Digitalisierung entsprechend Schritt hält: Entlang der Customer Journey werden durch CRM-Systeme immer mehr Daten generiert. Das verändert fundamental die Neukundengewinnung und den Ausbau von Bestandskunden. Zugleich sollen zunehmend digitale Geschäftsmodelle verkauft und Prozesse etabliert werden. Leider wird der Vertrieb viel zu oft von althergebrachten Strukturen ausgebremst. Neue Wege für mehr Ergebnisse im Vertrieb sind gefragt.

Smarte Vertriebsmodelle, die kluge Erweiterung um clever agierende Spezialabteilungen zur Anwärmung von Interessenten, klare Sales Funnel mit skalierbaren Prozessen, zukunftsweisende Rollenbilder, moderne Organisationsformen (z. B. im Außendienst) ... all das kann einen enormen Sprung für Ihr Wachstum bedeuten.

### Ihre Fragen an uns formulieren unsere Kunden so:

- Wir möchten, dass sich unsere Vertriebs-Ingenieure voll auf die Lösungsentwicklung konzentrieren können. Neukundengewinnung fällt ihnen schwer und soll durch effizientere Hände vorangetrieben werden.
- Die Personalkosten im technischen Außendienst sind hoch. Wie können wir von kostengünstigeren Alternativen profitieren?
- Wir brauchen erprobte Vorgehen und digitale Prozesse, mit denen wir Kunden effizienter bearbeiten und gewinnen.
- Wie sollen wir starten? Und welche Stolpersteine sollten wir vermeiden?

## Ziele und Vertriebsstrategie

Viele technische Unternehmen haben oft außer Umsatz und Rendite keine weiteren Ziele definiert. Doch in welche Richtung möchten Sie Ihren Vertrieb lenken? Welche Lösungen und Komponenten vertrieblich pushen? Welche neuen Key Accounts gewinnen oder welche Leuchtturm-Projekte als Partner mitgestalten? Arbeitet Ihr Team so intensiv am Kunden, wie Sie das gerne würden? Oder investieren Sie zu viel Zeit in operatives Tagesgeschäft, ständig wechselnde Prioritäten und Schleifen?

Wachstum und signifikanter Fortschritt werden besonders durch die Verfolgung klar definierter Ziele erreicht. Eine solche Zielsetzung im Vertrieb erfordert eine inspirierende Vision übersetzt in klare Zielmatrix: Wie sehen wir uns zukünftig? Wo wollen wir stehen?

### Ihre Fragen an uns formulieren unsere Kunden so:

- Für uns ist es an der Zeit, eine langfristige Planung zu implementieren: Wo wollen wir in drei oder fünf Jahren stehen?
- Wir brauchen klare Ziele und Fokus-Leitplanken für die Aktivitäten im Vertriebsteam!
- Irgendwie gehen uns so viele Dinge durch den Kopf! Wo anfangen – wie formen wir unsere Gedanken zu einem stringenten Roten Faden als Wachstumsplan?
- Eine bedeutende Veränderung liegt vor uns und zwingt uns zu intensiverer Zielarbeit: Nachfolge, Umbau der Führungsebene, die Notwendigkeit oder große Chance neuer Märkte ...

# Moderne Vertriebsorganisation

Die Vertriebsorganisation in technischen Unternehmen ist meistens über Jahre gewachsen und arbeitet routiniert vor sich hin. Wer wachsen will, der tut gut daran, etablierte Denkmuster und Strukturen zu hinterfragen. Dabei müssen Sie nicht alles neu denken.

Eine moderne Vertriebsorganisation ist die zukunftsorientierte Entwicklung in Richtung Kunde. Es geht um das Finden vom individuellen Mix aus: persönlichem Agieren und innovativer Onlineservices, eigener Marktbearbeitung und dem cleveren Einsatz von Vertriebspartnern, die zu Ihren Leistungen und Zielen passen. Technischen Vertriebsorganisationen fehlt externer Input, wie andere aus ihrem Erfahrungsgefängnis erfolgreich ausgebrochen sind. Es mangelt an konsequenter Spezialisierung des Vertriebs – und an einer modernen Form der Kundenentwicklung, die im technischen Lösungsvertrieb innovativ und hoch effizient ist.

## Ihre Fragen an uns formulieren unsere Kunden so:

- Wir möchten Kunden mehr online bearbeiten. Was anpacken?
- Wie grenzen wir einzelne Vertriebsaufgaben und Rollen besser ab?  
Welche Funktionen verzahnen wir intensiver für einen besseren Informationsfluss?
- Wie gehen wir eine Vertriebsrestrukturierung schrittweise an?  
Wie sichern wir uns die Offenheit und echtes Commitment vom Team?
- Wie müssen wir uns organisatorisch aufstellen, um Umsatzträger wie Key Accounts und Major Accounts optimal zu bearbeiten?

## Vertrieb pushen & trainieren

Ingenieure im technischen Vertrieb sind nun mal in erster Linie Ingenieure mit Herzblut für die technische Lösung – und oft keine „Vollblut-Vertriebler“. Am besten der Kunde meldet sich von alleine mit einer spannenden Anfrage, für die eine anspruchsvolle Lösung und Angebot entwickelt werden. Wer so arbeitet, ist angewiesen auf einen kontinuierlichen Strom an eingehenden Anfragen, um seine Fertigung konstant auszulasten: Auf Ihnen lastet ein permanenter Druck durch zu wenig Anfragen, Leerläufe und wieder zu viele Anfragen.

Ein proaktiver Vertrieb kann sich hingegen passende Kunden aussuchen, als Einziger Anbieter am Verhandlungstisch punkten und von Projekten erfahren bevor sie groß im Markt herumgereicht werden. Dafür gilt es, den Vertrieb individuell zu pushen und zu trainieren. Wer hier klare erprobte Vorgehen hat und für Kontinuität sorgt, hat sehr gute Chancen dass sich neue Routinen etablieren für zusätzliche Aufträge und Wachstum.

### Ihre Fragen an uns formulieren unsere Kunden so:

- Wie schaffen wir es proaktiver zu werden und mehr in sicheres Fahrwasser bei der Auftragsgewinnung zu kommen?
- Wie binden wir unsere Vertriebs-Ingenieure intensiver in die aktive Neukundengewinnung ein?
- Wir müssen Umsatzeinbrüche kompensieren!  
Jetzt ist eine wirkungsvolle Vertriebsoffensive erforderlich!
- Wettbewerber sind aktiver als wir! Das möchten wir ändern, denn wir wollen weiter wachsen!
- Welche Vorgehen sind für Vertriebs-Ingenieure effizient?
- Zu uns passt kein lautes Verkaufs-Coaching à la Tschakka-Tschakka!  
Wie gehen wir das Ganze passend zu uns an?

## Markt- und Markenkommunikation

Wer schnell und prägnant wahrgenommen werden will, muss in umkämpften Märkten einiges anpacken! Sie müssen Ihre technischen Lösungen und Kompetenzen nachhaltig verankern: individuell, präzise und warum ausgerechnet Sie der richtige Partner sind! Das Ziel ist einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen und Vertrauen in Ihre technischen Experten und Lösungen aufzubauen. Richtig angepackt kommen Sie so auf die Shortlist der Entscheider – und bleiben es!

Marke vertrieblich einzusetzen ist deutlich mehr als Werbefloskeln und bunte Bilder: Sie veranschaulicht den Mindset in Ihrem Unternehmen, den Umgang miteinander und spiegelt Ihre DNA wieder. Das gelingt auch durch eine gute kundenorientierte Rundum-Kommunikation, die Begehrlichkeit und Strahlkraft in Ihrem Markt erzeugt.

### Ihre Fragen an uns formulieren unsere Kunden so:

- Unsere Website ist in die Jahre gekommen. Bei vielen möglichen Kunden fliegen wir echt unter dem Radar. Interessenten erkennen nicht, was wir wirklich leisten.
- Wir brauchen einen ausdrucksstarken Marktauftritt, der uns widerspiegelt. Mit dem wir auffallen, aber seriös ohne uns zu verstellen!
- Von Werbeagenturen wurden wir selten verstanden, weil die nicht aus unserer Welt kommen. Wir suchen einen Marketing-Konzepter, der uns mit seinem Netzwerk voranbringt.
- Wie können wir einheitlichere Botschaften als Vertrieb kommunizieren? Wir brauchen prägnante Kernbotschaften, die sich bei unseren Kunden setzen und verankern.

## LinkedIn im Vertrieb

Wie kommen Sie direkt in ernsthaften Austausch mit den für Sie relevanten Entscheider? Indem Sie LinkedIn als zusätzlichen Vertriebskanal im Team einsetzen, sprich konsequent zur vertrieblichen Kontaktaufnahme nutzen; indem Sie sich als starker Experte inhaltlich aufbauen; indem Sie zuerst am Vertrauensaufbau interessiert sind.

Um das zu erreichen, fehlen Ihnen die nötigen Vorgehen, fehlen Ihnen unterstützende Tools und die nötige Gesprächsführung wie z. B. Social Selling. Daher gilt es für Ihren Marktausbau die Bereiche Vertrieb und Marketing zu verzahnen – von der genauen Auswahl der besten Zielgruppe, über die optimale Form der Ansprache in Messages und Dialogen. Wer hier einen klaren Plan hat und für Kontinuität sorgt, hat beste Chancen, neue Kunden zu gewinnen.

### Ihre Fragen an uns formulieren unsere Kunden so:

- Mit welchem Content dringen wir überhaupt noch durch zu Entscheider?  
Wir brauchen Benchmarks, was funktioniert und was nicht!
- Welche Zielgruppen auf LinkedIn sind für uns zuerst besonders erfolgsversprechend?  
Welche sind realistischerweise erschließbar?
- Wie richtet jeder von uns sein Profil auf seine Zielgruppe aus – für einen vertrauenswürdigen Expertenstatus?
- Wir brauchen Leads! Wie recherchieren wir und wie geht das mit verschiedenen Tools?
- Welche Nachrichten haben besonders hohe Erfolgs-Chancen bei einer „kalten“ Vernetzung? Wovon besser die Finger lassen und wie effizient & kompetent sein?



# Lasst uns austauschen!

Bereits Ihr erstes Gespräch mit uns hat einen klaren Nutzen für Sie:  
Gemeinsam formulieren Sie Ihre Ziele und entdecken wichtige Stellhebel  
auf dem Weg dahin. Es ist kostenlos aber niemals umsonst.

WACHSTUMSPLAN GmbH  
Hafenweg 22, 48155 Münster  
Tel.: 0251 508534-70  
[kontakt@wachstumsplan.com](mailto:kontakt@wachstumsplan.com)

[wachstumsplan.com](http://wachstumsplan.com)