

# Warum Vertriebscoaching oft nicht funktioniert

## 3 gravierende Handicaps und wie man sie korrigiert



Ähnlich wie beim Spitzensport sind Trainingsmaßnahmen allein nicht ausreichend, um auf hohem Niveau langfristig erfolgreich zu sein. Dies kann nur durch eine kontinuierliche tägliche Unterstützung durch einen erfahrenen Coach erreicht werden. Ebenso brauchen Spitzenverkäufer die Unterstützung durch ihre Führungskraft als Experten-Coach, um an der Spitze ihres "Spiels" zu bleiben.

Die Möglichkeiten der Unterstützung durch Vertriebscoaching sind sehr vielfältig und können im persönlichen Kontakt, bei Kundenbesuchen, am Telefon oder per E-Mail praktiziert werden.

Vor etwa 10 Jahren hat eine umfangreiche Studie, an der sich ca. 2100 US Firmen und ca. 500 europäische Unternehmen mit Vertriebsorganisationen beteiligt, große internationale Aufmerksamkeit erhalten. Ziel der Studie war es, die größten Barrieren zu identifizieren, die diese Organisationen daran hindern, kontinuierliches Umsatzwachstum zu generieren. Schon damals war offensichtlich, dass funktionierendes Vertriebscoaching eine wesentliche Komponente für Leistungssteigerung im Vertrieb ist. Doch gleichzeitig deckte diese Studie auf, dass Vertriebscoaching äußerst mangelhaft praktiziert wurde und eine der Barrieren für den Erfolg darstellte. Die Gründe für dieses Defizit waren seinerzeit die gleichen, wie heute. Es sind diese 3 Ursachen, warum Vertriebscoaching zu oft nicht in dem Maße zum Erfolg beiträgt, wie es idealerweise sein sollte.

1. **ein schlechter Top-Down Prozess**
2. **es fehlt dem Verkaufsleiter die Zeit fürs Coaching**
3. **Vertriebscoaching wird nicht effizient durchgeführt**

## Erstes Handicap: "Ein schlechter Top-Down Prozess"

Wenn ein Verkaufsleiter seine Verkäufer in Richtung Leistungsverbesserung coachen will, sollte er erstens gut ausgewählt und zweitens für diese Aufgabe intensiv ausgebildet sein. Diese Prämisse wird in vielen Unternehmen nicht konsequent genug realisiert. Das ist unter „schlechter Top-Down-Prozess“ zu verstehen.

Nach wie vor werden gerne die besten Verkäufer in den Job befördert. Ob sie für die Führungsaufgabe geeignet sind, ist zweitrangig und die fundierte Ausbildung dazu fehlt häufig ebenfalls. Nur weil jemand vielleicht ein großartiger Fußballer ist, heißt das nicht automatisch, dass er ebenfalls ein guter Coach oder Fußballtrainer ist. Ich kenne einige sehr erfolgreiche Verkaufsleiter, die keine Spitzenverkäufer waren, sondern ihre Aufgaben im guten Mittelfeld lösten. Menschen sind verschieden und haben sehr unterschiedliche Stärken. Der scheinbar einfache Weg - den besten Verkäufer zu nehmen - birgt mindestens drei Gefahren:

- mangelnde Führungskompetenz, die negative Ausstrahlung auf das Verkaufsteam hat und die Leistung des gesamten Teams nach unten zieht
- direkte Umsatzeinbuße, weil jetzt der Top-Verkäufer in seinem ureigenen Kompetenzumfeld nicht mehr tätig ist – oder
- bei akuter Umsatzgefahr versucht der Verkaufsleiter wieder selbst, direkt zu verkaufen. Die Führungsaufgabe bleibt dadurch vollends auf der Strecke.

Deshalb ist es absolut notwendig, dass die Auswahl und - vor allem - die Entwicklung von Führungskräften im Vertrieb wohl überlegt vorgenommen wird. Mitarbeiter zu führen, sie zu bestärken, wenn sie auf der Überholspur sind und sie zu motivieren, wenn es gerade nicht so läuft, gehört zu Ihrem täglichen Aufgabenspektrum. Das ist in der Praxis gar nicht so leicht. In manchen Fällen müssen Sie fast wie Psychologen vorgehen. Sie müssen zum Beispiel erkennen, wer der Richtige für eine neue Stelle

---

Das komplette 10-seitige Whitepaper erhalten Sie sofort kostenlos an Ihre E-Mail-Adresse als PDF-Dokument zugesandt.

Geben Sie als Stichwort ein: [Whitepaper – Coaching Handicaps](#)

