

# Von Einzelspielern zum Orchester

**SalesIntelligence** < „Vertrieb ist der Motor jeder Unternehmung.“ Diesen Leitsatz findet man auf der Website des Flensburger Beratungshauses SalesIntelligence, und auch im Gespräch mit Gründer und Vertriebsprofi Matthias Matzen fällt er immer wieder. Egal, was ein Unternehmen herstellt oder anbietet: Ohne Vertrieb lassen sich Waren und Dienstleistungen nicht absetzen.

**M**it dem Begriff Vertrieb verbinden viele Menschen nur den klassischen Verkauf – und nicht das erfolgreiche Zusammenspiel vieler Bereiche in einem Unternehmen. Im Endeffekt ist eigentlich jeder Mitarbeiter, jeder kundenbezogene Prozess und jede gesendete Botschaft eines Unternehmens Teil des Vertriebs“, erläutert Matzen. Hier setzt seine Beratung an. Sein Leistungsangebot zielt vor allem auf vier große Einflussfaktoren: die Mitarbeiter, die Systematik, mit der ein Markt strategisch bearbeitet wird, die Methode, mit der das Unternehmen seine Kunden gewinnt, und die Softwarelösungen, die Fortschritt und Erfolg messen. „Viele, teils auch sehr große Unternehmen, haben kein systematisches und einheitliches Vorgehen bei der Frage, wie sie sich und ihre Produkte optimal vermarkten sollen. Mitarbeiter werden in Vertriebsthemen geschult und verschiedene Softwarelösungen für das Tagesgeschäft angeschafft. Aber der Betrieb verschenkt wertvolles Potenzial, weil er diese Elemente nicht optimal miteinander verbindet“, erläutert Matzen das Problem vieler Unternehmen. Aus 20 Jahren Vertriebserfahrung weiß der 38-Jährige, dass es ein sehr wichtiger Erfolgsfaktor ist, die Software für das Kundenbeziehungsmanagement (Customer-Relationship-Management, kurz CRM) effizient zu nutzen.

**Know-how-Transfer** < SalesIntelligence fungiert häufig als Schnittstelle zwischen den Bereichen des Unternehmens. Nicht immer kann ein Management seinen Mitarbeitern auf einfache Art die neue Strategie erläutern, und den Betroffenen fällt es schwer, Entscheidungen zu akzeptieren, die ihnen zunächst unverständlich erscheinen. Das Thema CRM-System ist ein sehr gutes Beispiel. „Häufig ist es meine Aufgabe, den Mitarbeitern den Nutzen eines solchen Systems aus einem völlig anderen Blickwinkel zu verdeutlichen“, sagt Matzen. Dabei sollen die Mitarbeiter den Nutzen erkennen und entsprechend qualitätsorientiert damit arbeiten.

Im Idealfall, so der Profi, würde sich ein Kunde darauf einlassen, sein ganzes Unternehmen von SalesIntelligence unter Vertriebsgesichtspunkten durchleuchten zu lassen. „Häufig entstehen durch die Arbeit mit uns völlig neue Ansätze in der innerbetrieblichen Zusammenarbeit, der strategischen Kundenentwicklung und der Unternehmenssteuerung“, fasst Matzen zusammen. Zu seinem Kundenstamm zählen neben bekannten Firmen wie Vestas, Airbus und Siemens auch kleine Mittelständler, die ihre Vertriebseffizienz steigern wollen.



Matthias Matzen

„Wenn alle Bereiche eines Unternehmens mit einem gemeinsamen Konzept arbeiten, wird aus vielen Einzelspielern ein Team: wie ein Orchester, in dem alle im Einklang miteinander spielen.“ Damit dieses Prinzip schon früh in den Köpfen verankert wird, lehrt Matzen seit 2008 unter anderem an der Wirtschaftsakademie Kiel, der NORDAKADEMIE in Elmsborn und der Fachhochschule Flensburg zum Thema Vertrieb. <<

Foto: Daniela Lillenthal

**Autorin:** Martina Gremler, IHK-Redaktion Schleswig-Holstein  
gremler@flensburg.ihk.de

**Website von SalesIntelligence**  
www.sales-intelligence.net

**Schneller, sicherer,  
kostengünstiger –  
die externe Archivierung**

**A. Denker**

Infos unter [www.akten.net](http://www.akten.net)  
oder ☎ 0 43 31 - 4 59 00-0



A. Denker GmbH & Co. KG  
Büsumer Straße 111 • 24768 Rendsburg