
MenschenTrainer
MAGAZIN

Ausgabe März 2025



Ich bin im

STRESS

im Vertrieb

patdippolito.com



Stress im Vertrieb entsteht, wenn wir uns wie Seiltänzer fühlen. Jeder Schritt erfordert höchste Konzentration, und die Angst vor dem Absturz ist allgegenwärtig. Doch wahre Stabilität kommt nicht vom Balancieren – sondern vom Bauen einer festen Brücke.



INTRO

Serie über das Thema STRESS:

Stress im Vertrieb - Wie Führungskräfte für Stabilität sorgen können.

Das Vertrieb ist ein Seiltanz – nicht nur für die Verkäufer, sondern auch für die Führungskräfte. Hohe Zielvorgaben, steigende Erwartungen und ein Markt, der sich ständig verändert, sorgen für massiven Druck.

Viele Teams kämpfen mit Überlastung, sinkender Motivation und einem ständigen Gefühl, auf der Kippe zu stehen. Doch wer als Führungskraft nur reagiert, statt bewusst zu steuern, verstärkt den Stress zusätzlich.

Die wahre Herausforderung besteht nicht darin, den Druck aus dem Vertrieb zu nehmen – das ist unmöglich. Vielmehr geht es darum, ein Umfeld zu schaffen, das Stabilität gibt, statt Unsicherheit zu fördern.

Wie kannst du als Führungskraft dein Team so begleiten, dass Stress produktiv genutzt wird, anstatt Menschen auszubrennen? Welche Strategien helfen, Fokus, Resilienz und Klarheit zu bewahren?

In dieser Ausgabe bekommst du Impulse, um aus dem Seiltanz einen sicheren Weg zu machen – für dich und dein Team.

Viel Spass beim Lesen und Umsetzen.

Herzlich

Pat D'ippolito | MenschenTrainer




INHALT

- 4 | Zahlen & Fakten über Stress im Vertrieb
- 5 | Stressoren im Vertriebsalltag und Lösungsansätze
- 8 | Reportage: Der Irrglaube an Freestyle – Die Geschichte von Verkaufsleiter Marcel
- 14 | Vom Sales zum Problemlöser
- 16 | BestPracticeForLeaders Geschichten und mehr
- 20 | ForeCast auf die nächste Ausgabe



ZAHLEN & FAKTEN



Stress gehört im Vertrieb zum Alltag – doch welche Dimensionen hat er wirklich? Aktuelle Studien zeigen alarmierende Zahlen: 79% der Vertriebsmitarbeiter leiden unter arbeitsbedingtem Stress, ausgelöst durch hohe Zielvorgaben, Zeitdruck und den ständigen Wettbewerb. Besonders kritisch: Viele Verkäufer sind im Spannungsfeld zwischen Kundenanforderungen und internen Erwartungen gefangen, ohne ausreichend Unterstützung von ihren Führungskräften zu erhalten.

Eine Analyse des Arbeitsmarktes zeigt, dass Stress am Arbeitsplatz in den letzten Jahren um 20% gestiegen ist. Besonders betroffen sind Branchen mit direktem Kundenkontakt, in denen neben der eigentlichen Leistung auch emotionale Belastbarkeit gefordert wird.

Zeitdruck & Überlastung (14%)

Viele Vertriebsteams arbeiten unter enormem Zeitdruck und müssen hohe Arbeitslasten bewältigen, was zu einem ständigen Gefühl der Überforderung führt.

Schwierige Kunden & hohe Erwartungen (5%)

Anspruchsvolle Kunden und unrealistische Zielvorgaben setzen Vertriebsmitarbeiter zusätzlich unter Druck und erschweren eine souveräne und lösungsorientierte Arbeitsweise.

Wenig Kommunikation & Unterstützung (3%)

Fehlende Abstimmung innerhalb des Teams und unzureichende Unterstützung durch Führungskräfte verstärken den Stress und führen häufig zu Frustration oder Motivationsverlust.

Meine Wahrnehmungen als MenschenTrainer sind: Im Vertrieb fehlt es oft an einer klaren Systematik und Priorisierung, sei es im Office oder bei Kundeninteraktionen. Wichtige Tools zur Effizienzsteigerung sind entweder nicht vorhanden oder werden nicht konsequent genutzt. Zudem werden Vertriebsteams zu wenig gefördert und vor allem nicht ausreichend gefordert, was ihre Entwicklung und Leistungsfähigkeit hemmt.



STRESSOREN IM VERTRIEB

Zeitdruck & unrealistische Zielvorgaben

Viele Vertriebler stehen unter enormem Zeitdruck, weil sie innerhalb kurzer Zeit hohe Umsatzziele erreichen müssen. Ständige Deadlines und eng getaktete Kundentermine lassen wenig Raum für strategische Planung. Das führt dazu, dass Vertriebler oft reaktiv statt proaktiv arbeiten und dauerhaft unter Strom stehen. *Eine klare Priorisierung der wichtigsten Kunden und Aufgaben hilft, den Fokus zu bewahren. Statt blind Zahlen zu jagen, sollten realistische Zwischenziele definiert und Erfolge messbar gemacht werden. Führungskräfte müssen den Vertriebsprozess unterstützen, indem sie Ressourcen bereitstellen und realistische Zielsetzungen erarbeiten.*

Schwierige Kunden & Einwände

Viele Kunden haben hohe Erwartungen, sind unsicher oder zögerlich, was zu langen Verkaufszyklen führt. Der Umgang mit Einwänden kann frustrierend sein, besonders wenn ein Kunde sich trotz aller Bemühungen nicht entscheidet. Unsicherheit im Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen erhöht den Stress und kann die Motivation senken. *Eine klare Priorisierung der wichtigsten Kunden und Aufgaben hilft, den Fokus zu bewahren. Statt blind Zahlen zu jagen, sollten realistische Zwischenziele definiert und Erfolge messbar gemacht werden. Führungskräfte müssen den Vertriebsprozess unterstützen, indem sie Ressourcen bereitstellen und realistische Zielsetzungen erarbeiten.*

Fehlende Systematik & chaotische Abläufe

Viele Vertriebler arbeiten ohne eine klare Struktur, was zu ineffizientem Zeitmanagement führt. Wichtige Informationen gehen verloren, weil

CRM-Systeme nicht konsequent genutzt werden oder Prozesse fehlen. Dadurch entstehen unnötige Doppelarbeiten, Nachfassaktionen werden vergessen, und der Vertriebsalltag wird unübersichtlich. *Klare Prozesse und der gezielte Einsatz digitaler Tools wie CRM-Systeme reduzieren Chaos und steigern die Effizienz. Führungskräfte sollten einheitliche Strukturen für das Lead- und Kundenmanagement vorgeben und regelmässige Meetings zur Nachverfolgung einführen. Eine gute Selbstorganisation durch To-do-Listen oder Zeitblöcke hilft, den Fokus auf das Wesentliche zu behalten.*

Mangelnde Unterstützung & Wertschätzung

Vertriebler stehen oft alleine an der „Front“, bekommen aber wenig Feedback oder Unterstützung von ihrem Team oder der Führung. Wenn Erfolge nicht anerkannt werden, entsteht das Gefühl, dass nur Zahlen zählen – nicht der Mensch dahinter. Fehlende Wertschätzung und mangelnde Rückendeckung können langfristig die Motivation zerstören. *Regelmässiges Coaching und Feedbackgespräche helfen, Vertriebler gezielt zu unterstützen und ihre Entwicklung zu fördern. Führungskräfte sollten nicht nur Ergebnisse bewerten, sondern auch Engagement und Fortschritte anerkennen. Ein positives Teamumfeld mit offener Kommunikation und gemeinsamen Erfolgsfeiern stärkt den Zusammenhalt und die Motivation.*

Ständige Erreichbarkeit & Erwartung permanenter Verfügbarkeit

Viele Vertriebler stehen unter dem Druck, jederzeit für Kunden, Vorgesetzte oder das Team erreichbar zu sein. Durch E-Mails, Anrufe und Messaging-Dienste verschwimmen die Grenzen zwischen Arbeitszeit und Freizeit.



Dies führt langfristig zu Überlastung und kann die mentale und physische Gesundheit beeinträchtigen. *Klare Kommunikationsregeln und definierte Erreichbarkeitszeiten helfen, Grenzen zu setzen und Stress zu reduzieren. Vertriebler sollten bewusst Pausen einplanen und sich Zeiten für fokussiertes Arbeiten ohne Ablenkung reservieren. Führungskräfte können unterstützen, indem sie realistische Erwartungen setzen und eine gesunde Work-Life-Balance fördern.*

Unklare Erwartungen & fehlende Führung
Viele Vertriebler erhalten widersprüchliche oder unklare Anweisungen von der Führungsebene, was zu Unsicherheit führt. Ohne klare Zielvorgaben oder eine einheitliche Vertriebsstrategie ist es schwer, den eigenen Erfolg zu messen. Dies kann demotivierend wirken und zu ineffizientem Arbeiten führen. *Führungskräfte sollten klare, messbare und erreichbare Ziele definieren, um Orientierung und Fokus zu schaffen. Regelmässige Abstimmungen und Feedbackgespräche helfen, Erwartungen transparent zu machen und mögliche Hindernisse frühzeitig zu identifizieren. Ein unterstützender Führungsstil, der sowohl fordert als auch fördert, stärkt die Motivation und Leistungsfähigkeit des Teams.*

Die genannten Stressoren sind nur ein Teil der Herausforderungen im Vertrieb. Zeitdruck, schwierige Kunden und fehlende Strukturen sind alltäglich – doch sie lassen sich managen. Führungskräfte müssen klare Prozesse schaffen, realistische Erwartungen setzen und ihre Teams gezielt fördern. Ein gesunder Vertriebssalltag entsteht nicht durch mehr Druck, sondern durch kluge Steuerung. Wer Stress reduziert, steigert nicht nur die Leistung, sondern auch Motivation und nachhaltigen Erfolg.

Reflexionen

Wie oft hast du oder dein Team das Gefühl, nur noch zu „reagieren“, statt strategisch zu agieren?

Gibt es klare Prozesse und Prioritäten, oder entstehen viele Aufgaben spontan und ungeplant?

Wie häufig sind deine Vertriebsmitarbeiter gestresst oder demotiviert – und wie gehst du als Führungskraft damit um?

Werden im Team Herausforderungen offen angesprochen, oder arbeiten alle still vor sich hin, bis es brennt?

Wie regelmässig nutzt dein Team unterstützende Tools und Methoden, um effizienter zu arbeiten?

Erhält dein Team gezielte Förderung durch Training, Coaching oder Mentoring – oder bleibt Lernen oft auf der Strecke?

Sind du und dein Team bereit, externe Unterstützung anzunehmen, um nachhaltige Verbesserung zu erzielen?

Falls du bei diesen Fragen ins Grübeln kommst, könnte es an der Zeit sein, gezielt Unterstützung in Anspruch zu nehmen.

Werde ein Krieger.

COMING SOON



**Struktur im Vertrieb bedeutet nicht
Einschränkung – sondern Freiheit
von Chaos und Stress.**

REPORTAGE

Der Irrglaube an Freestyle – Die Geschichte von Verkaufsleiter Marcel

Marcel war stolz auf sein Vertriebsteam. Er war überzeugt davon, dass der beste Verkäufer einer ist, der sich frei entfalten kann, ohne starre Vorgaben, ohne Skript. „Freestyle“ nannte er das – ein dynamisches, spontanes Verkaufen, bei dem jeder nach seiner eigenen Intuition handelte. Doch während er von diesem Konzept überzeugt war, erzielten seine Mitarbeiter kaum nennenswerte Erfolge.

auch unter wachsendem Stress. Ohne klare Struktur verbrauchten sie wertvolle Energie, improvisierten sich durch Meetings und verloren dabei immer wieder den Fokus. Sie sprangen von Kunde zu Kunde, von Thema zu Thema – ohne roten Faden, ohne Strategie. Und mit jeder gescheiterten Verhandlung wuchs die Unsicherheit.

Für Marcel selbst war das alles ebenso belastend. Seine Führungsrolle fühlte sich zunehmend an wie ein ständiger Feuerwehreinsatz. Statt strategisch zu arbeiten, war er damit beschäftigt, verunsicherte Mitarbeiter zu beruhigen, verärgerte Kunden zu



Mit der Zeit wurde die Lage immer angespannter. Die Verkaufszahlen blieben weit hinter den Erwartungen zurück, Kunden äusserten sich unzufrieden, und das Team wirkte zunehmend frustriert. Gespräche verliefen ziellos, wichtige Informationen gingen verloren, und statt echte Lösungen für ihre Kunden zu bieten, wirkten seine Verkäufer oft unsicher und planlos. Viele potenzielle Käufer fühlten sich nicht ernst genommen, ihr Vertrauen schwand – und mit ihm auch die Abschlussraten.

Je tiefer Marcel in die Analyse ging, desto deutlicher wurde ihm, dass sein Team nicht nur unter den ausbleibenden Erfolgen litt, sondern

beschwichtigen und sich gegenüber dem Management für die schwachen Ergebnisse zu rechtfertigen. Das Vertriebsteam war erschöpft, und er selbst stand kurz davor, aufzugeben.

In diesem Moment wurde ihm eines klar: Er brauchte dringend eine Lösung. Eine, die nicht nur die Verkaufszahlen rettete, sondern sein Team wieder in die Spur brachte – und ihn selbst aus diesem Strudel aus Druck und Chaos befreite.



KONZEPTION



Die Lösung: Ein strukturiertes SalesTraining mit dem MenschenTrainer

In einer verzweifelten Suche nach Hilfe wandte sich Marcel an den MenschenTrainer, der ihn mit gezielten Fragen sofort ins Nachdenken brachte. Was, wenn seine Strategie der völligen Freiheit nicht die Lösung, sondern das Problem war? Was, wenn seine Verkäufer gar nicht unter Einschränkungen litten, sondern unter der fehlenden Orientierung?

Der MenschenTrainer schlug eine dreistufige Lösung vor: PreWORK, MainWORK und PostWORK – ein systematischer Ansatz, um aus dem Chaos eine durchdachte Strategie zu formen.

PreWORK: Ursachenforschung und Trainingsdesign

- ➔ PreInterviews mit den Verkäufern zur Evaluation der grössten Stressfaktoren.
- ➔ Identifikation typischer Stolpersteine im SalesTalk und Kundeninteraktionen.
- ➔ KickOFF-Meeting mit Marcel und dem CEO, um das Trainingsdesign und die Zielsetzungen zu definieren.



MainWORK: Die Entwicklung eines massgeschneiderten SalesTALKs

- ➔ Entwicklung einer klaren SalesJourney, abgestimmt auf die Zielgruppe.
- ➔ Definition eines Drehbuchs für den SalesTalk, um Struktur ins Kundengespräch zu bringen.
- ➔ Anpassung des Gesprächsleitfadens an verschiedene Kundentypen und Sprachen.
- ➔ Intensive Auseinandersetzung mit Kaufmotiven, ReasonWhy-Argumentation und Einwandbehandlung durch gezielte Fragetechniken.
- ➔ Erstellung eines Manuals, das den Verkäufern als Leitfaden für ihre Kundengespräche diene.

PostWORK: Nachhaltigkeit durch FollowUPs und Controlling

- ➔ Regelmässige Follow-ups zur Sicherstellung der Umsetzung.
- ➔ Mitreisen mit den Verkäufern, um direkte Rückmeldungen zu geben.
- ➔ Controlling-Sessions mit Marcel, um Fortschritte zu analysieren.
- ➔ TrainTheTrainer-Programm für Marcel, damit er langfristig die Weiterentwicklung seines Teams übernehmen konnte.

WAS WAREN DIE AUSWIRKUNGEN?

Für das Sales-Team reduziert die klare SalesJourney und das strukturierte Drehbuch Unsicherheiten in Kundengesprächen erheblich. Die Anpassung des Gesprächsleitfadens an verschiedene Kundentypen ermöglicht sou-

veränere Reaktionen und verringert Stress. Die intensive Auseinandersetzung mit Kaufmotiven, ReasonWhy-Argumentation und Einwandbehandlung erhöht die Abschlussquote und vermeidet ineffiziente Gespräche. Regelmässige Follow-ups und Mitreisen bieten direkte Rückmeldungen und fördern eine kontinuierliche Verbesserung. Ein Manual als Leitfaden schafft klare Erwartungen und senkt Frustration.

Für die Verkaufsleitung verbessert sich die Steuerung des Teams durch Controlling-Sessions, wodurch Schwachstellen früh erkannt und gezielt adressiert werden. Standardisierte Gesprächsführung reduziert Mikromanagement und ermöglicht strategische Führung. Coaching wird gezielter, nachhaltige Umsetzung durch Follow-ups verhindert kurzfristiges Krisenmanagement. Erhöhte Sicherheit der Verkäufer steigert Zufriedenheit und senkt Fluktuation, wodurch Marcel langfristig ein stabiles, leistungsfähiges Team führt.



INTERVIEW



MenschenTrainer: Marcel, wenn du zurückblickst – was war dein grösster Irrtum?

Marcel: Ich dachte, meine Verkäufer seien am besten, wenn sie „frei“ agieren und sich nicht an eine Struktur halten. In Wahrheit hat genau das zu Unsicherheit geführt. Ohne klaren Rahmen haben sie oft den roten Faden verloren – und damit den Kunden auch. Kunden haben es gespürt, wenn meine Leute unsicher waren – und Unsicherheit verkauft nicht.

MenschenTrainer: Wie hat sich dein Stresslevel durch das Training verändert?

Marcel: Ich kann endlich schlafen! Früher wusste ich nie, was meine Verkäufer beim Kunden genau tun. Jetzt habe ich ein System, das funktioniert. Jeder kennt seinen Ablauf, und wir können gezielt nachbessern, statt ständig ins Blaue zu raten. Auch die Meetings mit meinem Team sind jetzt viel strukturierter, wir sprechen über klare Themen, statt nur über Probleme.

MenschenTrainer: Wie hat sich das Stresslevel deines Teams durch die neue Struktur verändert?

Marcel: Die Veränderung war enorm. Vorher waren meine Verkäufer oft nervös, weil sie nicht wussten, woran sie waren und sich ständig neu erfinden mussten. Jetzt fühlen sie sich sicherer, weil sie eine klare Leitlinie haben – das reduziert die Unsicherheit und damit auch den Stress im Alltag.

MenschenTrainer: Was war für dich der grösste Aha-Moment im Training?

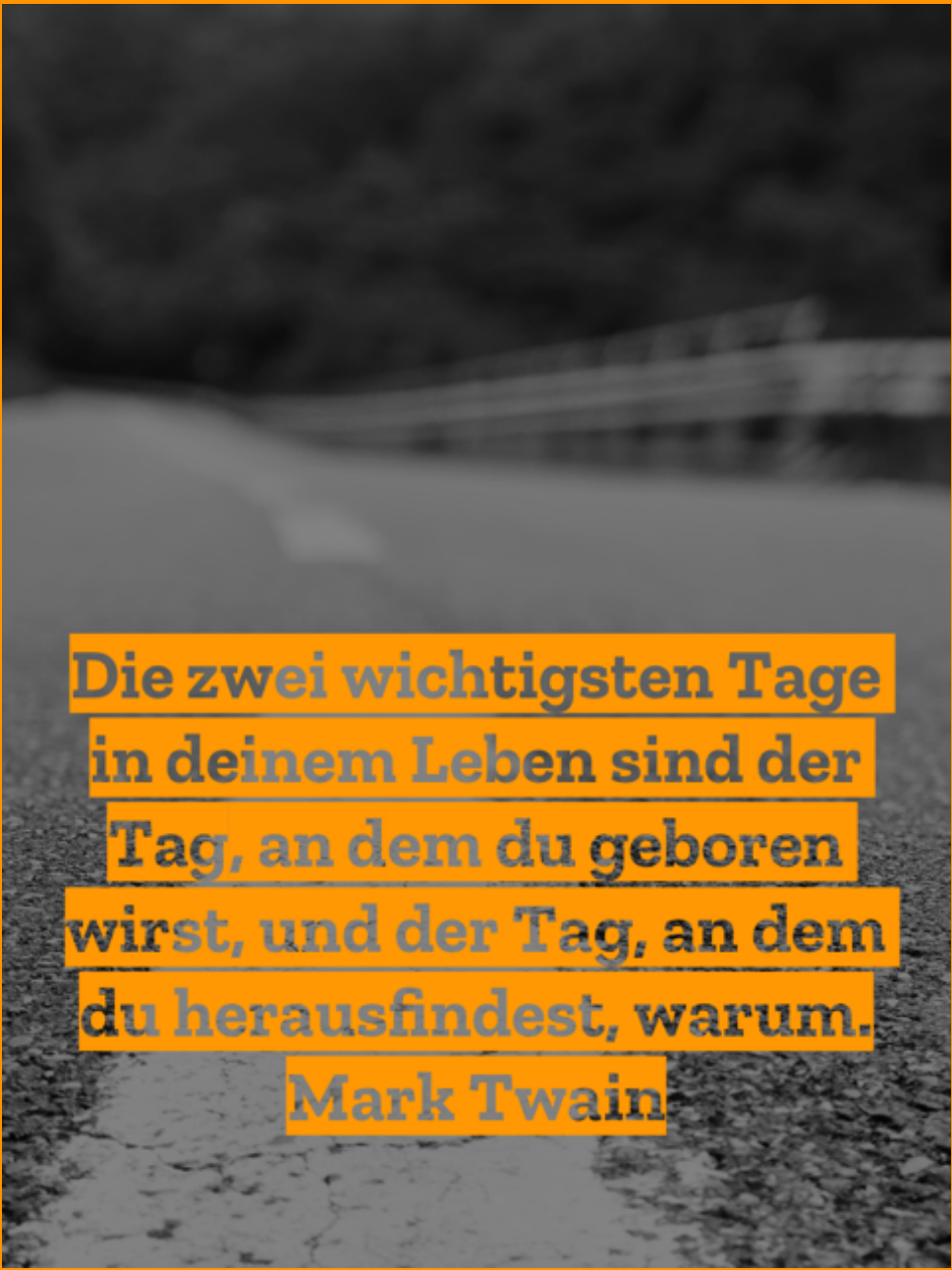
Marcel: Dass eine klare Struktur nicht einschränkt, sondern Sicherheit gibt. Das

Drehbuch für den SalesTalk hat meine Leute nicht in eine Schablone gepresst, sondern ihnen Orientierung und Vertrauen in ihre eigene Performance gegeben. Und das merken auch die Kunden! Ich habe gesehen, dass meine Leute plötzlich mehr Selbstvertrauen hatten, weil sie genau wussten, worauf sie achten müssen.

MenschenTrainer: Was würdest du anderen Verkaufsleitern raten, die in einer ähnlichen Situation sind?

Marcel: Hört auf zu glauben, dass „Freestyle“ im Vertrieb funktioniert. Ohne Struktur gibt es kein Wachstum – weder für die Zahlen noch für die Verkäufer. Holt euch Hilfe, bevor euer Team sich im Chaos verliert. Ich hätte viel früher handeln sollen! Wer zu lange wartet, riskiert nicht nur Umsatzverluste, sondern auch die Motivation seiner Mitarbeiter.





**Die zwei wichtigsten Tage
in deinem Leben sind der
Tag, an dem du geboren
wirst, und der Tag, an dem
du herausfindest, warum.
Mark Twain**

Bist du nur zufällig hier – oder steckt da eine tiefere Absicht dahinter? Was denkst du wirklich? Möchtest du mehr über deinen persönlichen Weg erfahren? Bist du auf der Suche nach etwas wirklich Sinnvollem – nach Klarheit, Richtung und innerer Stärke?

Entdecke mit [MenschenTrainerPLUS](#), wie du durch gezielte Reflexion, inspirierende Impulse und die richtige Begleitung deinem Leben mehr Bedeutung geben kannst.

VOM SALES ZUM PROBLEMLÖSER

Was erwartet der Kunde in Zukunft von dir?

Er hat ganz neue Erwartungen an dich. Er verfügt über ein (zu) grosses Angebot gleicher Dienstleistungen und Produkte verschiedener Anbieter. Deshalb ist die Frage "Was macht der Unterschied aus, vor allem wenn Produkt und Preis nahezu identisch sind?" gerechtfertigt. Hier kannst du in der Regel nur noch über ein positives Kundenerlebnis und die Kundenzufriedenheit punkten.

Auf was musst du in Zukunft achten?

Der Kunde will im Mittelpunkt stehen. Die Kunden sind anspruchsvoller denn je und wollen sich verstanden fühlen und ihre Bedürfnisse ernst genommen wissen. Grund genug für Vertriebsmitarbeiter sich anzupassen und ihre bis dato bewährten Verkaufsmethoden zu überdenken. Das positive Kundenerlebnis hat den Preis und das eigentliche Produkt als wichtigstes Unterscheidungsmerkmal zwischen Marken bereits abgelöst. Kunden erwarten echte Mehrwerte und Lösungen für ihre Herausforderungen.

Neue Rolle für den Sales

Der Verkäufer übernimmt zusätzliche Funktionen und wird zum: Berater, Problemlöser, Branchenexperten, Vermittler, Vertrauten, Zuhörer und Geschäftspartner.

Es kann nur EINEN (Weg) geben

Nachfolgend eine mögliche Konzeption, welche du sinngemäss bei jeder Interaktion anwenden kannst. Ich bin fast versucht zu sagen, dass diese Vorgehensweise in Zukunft der einzige Weg sein wird, um sich abheben zu können.



Beginne mit einer klaren Analyse der aktuellen Schmerzen (Pain) deines Gegenübers. Diese könnten Herausforderungen, Probleme oder Hindernisse sein, die ihren Alltag belasten. Dein Gegenüber sollte den Schmerz spüren und erkennen, dass Handlungsbedarf besteht. Dies schafft Dringlichkeit und öffnet die Tür für Lösungen.



Stelle eine Lösung vor, die den Schmerz beseitigt und gleichzeitig einen Mehrwert (Gain) schafft. Zeige auf, wie dein Vorschlag das Leben des Gegenübers verbessern kann. Dein Gegenüber soll den Nutzen klar verstehen und emotional verinnerlichen. Sie sollten erkennen: „Das ist es, was ich brauche!“.





Untermauere deine Lösung mit Beweisen. Das können Fallstudien, Erfolgsgeschichten, Zahlen, Daten oder persönliche Erfahrungen sein. Überzeuge dein Gegenüber, dass deine Lösung nicht nur theoretisch gut klingt, sondern praktisch bewährt ist.



Abschliessend forderst du eine klare Handlung (Call to Action). Dies könnte ein Vertragsabschluss, eine Vereinbarung oder ein erster Schritt sein. „Den Sack zumachen“: Dein Gegenüber soll sich motiviert fühlen, sofort zu handeln, ohne zögerlich zu werden.

Reflexionen

Hast du das Gefühl, dass dein Vertriebsteam oft am Kunden vorbei argumentiert, statt gezielt dessen wahre Bedürfnisse zu erkennen?

Liefert dein Vertrieb echten Kundennutzen oder geht es intern immer noch hauptsächlich um Produktfeatures und Preise?

Haben deine Verkäufer eine klare, wirksame Verkaufsstrategie – oder agieren sie oft nach Bauchgefühl und ohne roten Faden?

Wie überzeugend ist dein Team im Verkaufsprozess? Können sie Lösungen mit klaren Argumenten, Erfolgsbeispielen und Zahlen belegen?

Bleiben viele Deals hängen, weil deine Verkäufer nicht konsequent zum Abschluss führen – oder fehlt ihnen die Sicherheit in der Verhandlung?

Ist dein Vertriebsteam bereits als echte Problemlöser, Berater und strategische Partner für Kunden positioniert – oder noch klassische „Produktverkäufer“?

Falls du bei diesen Fragen ins Grübeln kommst, könnte es an der Zeit sein, gezielt Unterstützung in Anspruch zu nehmen.



**BEST
PRACTICE**



DIE ANGEBOTSFLUT UND DAS FEHLENDE TIMEBLOCKING

Anne ist Leiterin des Verkaufsdienstes (VID) und steht täglich vor einer Herausforderung, die ihr zunehmend schlaflose Nächte bereitet. Ihr Team ist verantwortlich für die Nachverfolgung von Angeboten, doch niemand nimmt sich aktiv Zeit dafür. Obwohl sie genau weiss, wie wichtig das regelmässige Nachfassen für den Erfolg des Unternehmens ist, bleibt es im Tagesgeschäft auf der Strecke. Stattdessen beschäftigt sich ihr Team mit spontanen Anfragen, administrativen Aufgaben



und internen Meetings. Währenddessen wächst der Berg an offenen Offerten weiter an. Jeden Morgen nimmt sich Anne vor, endlich für Ordnung zu sorgen und eine Strategie umzusetzen. Doch spätestens am Mittag ist sie wieder von dringenden, aber nicht unbedingt wichtigen Aufgaben eingenommen.

Gegen Abend wird ihr bewusst, dass wieder einmal zu viele Angebote unbearbeitet geblieben sind. Der Druck wächst, denn Kunden erwarten eine zeitnahe Nachverfolgung, um sich für oder gegen ein Angebot zu

entscheiden. Doch ohne klare Struktur geht der Überblick verloren, und potenzielle Abschlüsse versanden. Anne fühlt sich zunehmend machtlos, weil sie spürt, dass ihr Team ohne eine feste Methode nicht nachhaltig erfolgreich sein kann. Mit jedem weiteren Tag steigt der Stress, weil sie weiss, dass ungenutzte Verkaufschancen auch verlorene Umsätze bedeuten.

Reflexionsfragen:

Wie oft verschieben du und dein Team das Nachfassen von Angeboten auf später?

Welche Folgen hat es für dein Unternehmen, wenn Angebote nicht rechtzeitig nachverfolgt werden?

Wie priorisiert dein Team Aufgaben – entscheidet ihr bewusst oder lasst ihr euch treiben?

Gibt es eine feste Struktur für Angebotsnachfassungen oder passiert es nach Gefühl?

Wie hoch ist der Stressfaktor, wenn du auf chaotische Weise versuchst, offene Angebote aufzuholen?

Empfehlungen für dich:

TimeBlocking einführen

Jeden Tag feste Zeiten für das Nachfassen reservieren und einhalten.

Priorisierung nach Potenzial

Hochwertige Angebote zuerst nachfassen.

CRM nutzen

Klare Reminder setzen, um nichts zu vergessen.

Verantwortlichkeiten klären

Wer ist für welche Angebote zuständig?



Nachfass-Skripte entwickeln

Klare Gesprächsleitfäden nutzen, um effizient zu sein.

CEO IM CHAOS DER PROJEKTVERKÄUFE



Rolf ist CEO und gleichzeitig Verkaufsleiter eines Unternehmens, das sich auf den Projektverkauf spezialisiert hat. In seiner Branche dauern Verkaufsprozesse oft viele Monate, manchmal sogar Jahre. Jedes Projekt ist einzigartig und erfordert intensive Abstimmungen, sowohl intern als auch mit den zahlreichen Ansprechpartnern auf Kundenseite. Sein Vertriebsteam hat exzellente kommunikative Fähigkeiten und verbringt viel Zeit im direkten Austausch mit Kunden. Gespräche werden geführt, Meetings gehalten, Ideen ausgetauscht – doch oft fehlt eine klare Struktur, um die nächsten Schritte effizient umzusetzen.

Genau hier liegt das Problem: Während die Sales-Teams leidenschaftlich über Projekte sprechen, fehlt es an einer geordneten internen Kommunikation. Aufgaben bleiben liegen, Fristen werden übersehen und Zuständigkeiten sind nicht klar definiert. Es gibt keine festen Deadlines oder überprüfbare Meilensteine, die sicherstellen, dass das Projekt kontinuierlich

voranschreitet. Die Sales-Teams sind interaktionsgetrieben – sie genießen den Austausch mit Kunden, vergessen aber oft, dass eine durchdachte interne Organisation genauso entscheidend für den Erfolg ist.

Kunden bemerken schnell, wenn es intern hakt. Sie fragen nach dem aktuellen Stand, doch niemand im Team kann eine konkrete Antwort geben. Rolf merkt, dass dieses Chaos nicht nur Stress verursacht, sondern auch das Vertrauen der Kunden untergräbt. Ohne feste Prozesse gerät das gesamte Unternehmen in eine Endlosschleife aus ungeklärten Zuständigkeiten und verpassten Chancen. Der Druck steigt – Rolf braucht dringend eine Lösung, um Struktur und Effizienz in den Projektverkauf zu bringen.

Reflexionsfragen:

Wie oft verpasst dein Team interne Deadlines bei Projekten?

Wer trägt in deinem Unternehmen die Verantwortung für die interne Kommunikation bei Projekten?

Wie oft haben Kunden nachgefragt, weil ihr intern nicht geliefert habt?

Sind deine Sales wirklich gut organisiert oder nur kommunikativ stark?

Wie beeinflusst dieses Chaos deine Glaubwürdigkeit?

Empfehlungen für dich:

Projektstruktur definieren

Klare Meilensteine und Verantwortlichkeiten festlegen.



Regelmässige interne Updates

Fixe Meetings für Statusabgleiche einführen.

Sales für Prozesse sensibilisieren

Nicht nur reden, sondern auch liefern.

Deadlines sichtbar machen

Einfache Tools wie Trello oder Asana nutzen.

Kundenkommunikation verbessern

Erwartungen klar managen und nicht erst reagieren, wenn es zu spät ist.

LEERE KALENDER UND HEKTISCHE AKQUISE

Massimo ist Verkaufsleiter in einem Unternehmen mit hohem Wettbewerbsdruck. Sein grösstes Problem? Seine Sales haben zu wenig Kundentermine. Doch anstatt gezielt und strategisch hochwertige Termine zu akquirieren, setzen sie auf spontane, hektische Anrufe. Viele Gespräche verlaufen oberflächlich, weil die Verkäufer unvorbereitet anrufen und sich keine Zeit nehmen, um echte Qualitätstermine zu sichern. Das Resultat: Viele Termine finden mit den falschen Ansprechpartnern statt oder werden kurz nach dem Erstgespräch wieder abgesagt.

Die Auswirkungen sind gravierend. Der leere Kalender führt zu Unsicherheit im Team, der Druck steigt und die Verkaufszahlen stagnieren. Anstatt das Problem an der Wurzel zu packen und eine strukturierte Akquise-Strategie zu entwickeln, setzt das Team weiterhin auf Quantität statt Qualität. Jeder Verkäufer versucht, möglichst viele Anrufe zu tätigen – ohne eine durchdachte Strategie oder einen klaren Gesprächsleitfaden.

Massimo erkennt, dass dieses Verhalten zu einem gefährlichen Teufelskreis führt. Ohne



eine klare Vorgehensweise wird die Akquise zur Pflichtaufgabe, die niemand gerne übernimmt. Die fehlende Planung führt zu Stress, und Stress wiederum sorgt für unüberlegte, ineffiziente Gespräche. Um diesen Kreislauf zu durchbrechen, muss Massimo sein Team dringend dazu bringen, systematisch zu arbeiten – bevor der Vertriebsdruck alle demotiviert.

ReflexionsFragen:

Wie viel Zeit investieren deine Sales tatsächlich in Telefonakquise?

Haben deine Sales eine Strategie oder rufen sie einfach irgendwen an?

Wie viele ihrer Termine führen wirklich zu einer Entscheidung?

Wie beeinflusst die fehlende Akquise-Qualität den Stresspegel deines Teams?

Was wäre, wenn dein Team mit einer strukturierten Akquise-Strategie arbeiten würde?



Empfehlungen für dich:

Feste Akquise-Zeiten definieren

Disziplin in den Kalender bringen.

Zielkunden klar definieren

Nur Entscheider anrufen, nicht wahllos.

Qualität über Quantität setzen

Weniger Anrufe, aber bessere Vorbereitung.

Skripte und Gesprächsstrategien nutzen

Klare Leitfäden entwickeln.

Erfolge sichtbar machen

Akquise-Performance regelmässig tracken und optimieren.

Stress im Vertrieb entsteht nicht durch hohe Ziele, sondern durch fehlende Struktur. Wer ohne Plan verkauft, verkauft vor allem eins: Seine eigene Energie.

FORECAST

In der Mai-Ausgabe 2025 dreht sich alles um Stress im Innendienst – eine oft unterschätzte Belastung. Hohe Arbeitslast, ständige Unterbrechungen und enge Deadlines führen zu Druck und Ineffizienz.

Im Fokus stehen Selbstmanagement, digitale Entlastungstools und klare Kommunikation.

Führungskräfte erhalten praxisnahe Impulse, um Struktur zu schaffen und Stress zu reduzieren.

Die Serie wird mit dem Bereich Service abgeschlossen, um alle relevanten Aspekte abzudecken.

Freue dich auf praxisnahe Einblicke, die dich und dein Team nachhaltig entlasten und deine Führungsfähigkeiten weiterentwickeln.

IMPRESSUM

Pat D'Ippolito | MenschenTrainer
Untersteckholzstrasse 26
4900 Langenthal
079 631 41 58
trainer@patdippolito.com

