

Buchvorstellung: Einstieg in Direktvertrieb und Social Selling

Leitfaden für erfolgreiche Unternehmer

Die Mitglieder des BDD schätzen besonders die Möglichkeit, sich vom Verband rechtlich beraten zu lassen. Die Formulierung der AGBs oder das Aufsetzen von Verträgen benötigt fachliche Rechtskompetenz, die nicht jedem Unternehmen intern zur Verfügung steht. Vor allem junge und kleinere Unternehmen nutzen die juristische Beratung des Bundesverbandes.

Aus diesem Grund wird der BDD im Sommer einen Leitfaden zum Einstieg in den Direktvertrieb und Social Selling veröffentlichen. Dieser richtet sich an Unternehmer, die vorhaben, ein Direktvertriebsunternehmen zu gründen bzw. einen Direktvertriebskanal

zu eröffnen. Der Leitfaden gibt praktische und rechtliche Tipps, die den Start in den Direktvertrieb erleichtern.

Der Direktvertrieb ist eine besondere Vertriebsform und unterscheidet sich fundamental von anderen Verkaufskanälen. Im Fokus jedes Direktvertriebsunternehmens steht die Vertriebsmannschaft, über die die Kunden erreicht werden. Nur wenn es gelingt, eine gut geschulte Vertriebsmannschaft aufzubauen, kann man nachhaltig im Direktvertrieb Erfolg haben. Wenn man in den Direktvertrieb einsteigen möchte, sollten Gründer und Unternehmer die folgenden zehn Schritte beachten:

10 Schritte zur Gründung eines erfolgreichen Direktvertriebsunternehmens

1. Prüfen Sie, ob Ihr Produkt für den Direktvertrieb geeignet ist

Im Direktvertrieb bieten Sie Ihren Kunden einen erheblichen Mehrwert: Ihre Vertriebspartner beraten die Kunden umfassend vor dem Kauf. Der Mehrwert ist umso größer, je stärker sich das Produkt für eine Vorführung oder Verkaufsparty eignet. Idealerweise ist das Produkt innovativ und erklärungsbedürftig, so dass der Vertriebspartner dem Kunden mit der Vorführung den Nutzen des Produkts besonders gut verdeutlichen kann.

2. Wählen Sie die für Ihr Produkt passende Zielgruppe und Vertriebsart

Im Direktvertrieb sind vielfältige Vertriebsarten denkbar: Verkaufsparty, Kaltakquise an der Tür, Stand in der Fußgängerzone oder an Bahnhöfen bzw. die Einzelberatung. Es ist wichtig, dass Sie die Hauptzielgruppe und die Hauptvertriebsart definieren, um die Marketingmaßnahmen entsprechend ausrichten zu können. Beispielsweise eignen sich Kosmetika, Kerzen oder Schmuck hervorragend für den Partyvertrieb. Die Vorteile eines neuen Stromvertrages lassen sich am besten in einem individuellen Verkaufsgespräch erläutern.

3. Finden Sie die für Sie passende Rechtsform bei der Zusammenarbeit mit Ihren Vertriebspartnern

Die Wahl der Rechtsform bei der Zusammenarbeit mit Ihren Vertriebspartnern ist eine wichtige Weichenstellung. Beim Handelsvertretermodell schließt das Direktvertriebs-

unternehmen den Vertrag mit dem Kunden direkt und es können deutschlandweit einheitliche Preise festgelegt werden. Das Handelsvertretermodell bietet somit entscheidende Vorteile bei der Preisgestaltung und beim Markenauftritt. Demgegenüber schließt beim Vertriebspartnermodell der Vertragshändler den Vertrag mit dem Kunden. Dem Vertragshändler können Sie nicht vorgeben, zu welchen Preisen die Waren weiterverkauft werden. Beim Handelsvertreter im Nebenberuf entfällt wie beim Vertragshändler der sog. Ausgleichsanspruch für den Fall der Kündigung durch das Unternehmen.

4. Zeigen Sie Ihren Vertriebspartnern, dass Sie sie wertschätzen

Der Direktvertrieb ist ein „People Business“. Nur wenn es Ihnen gelingt, die Vertriebspartner für Ihr Unternehmen und Ihre Produkte zu begeistern, werden Sie es schaffen, erfolgreich zu sein. Zeigen Sie Ihren Vertriebspartnern, dass Sie sie wertschätzen und anerkennen.

5. Etablieren Sie ein leicht replizierbares Schulungs- und Vorführkonzept

Führen Sie ein Standard-Vorführkonzept ein, das leicht anwendbar ist und schnell erlernt werden kann. Auf diese Weise können Ihre neu angeworbenen Vertriebspartner von den bereits erfahrenen Vertriebspartnern in der Praxis lernen. Wussten Sie übrigens schon, dass man mit 800 Vertriebspartnern bereits einen flächendeckenden Vertrieb in Deutschland aufbauen kann?

6. Erleichtern Sie Ihren Vertriebspartnern die Ansprache neuer Berater

Halten Sie Maßnahmen zum Aufbau Ihrer Vertriebsmannschaft bereit, z.B. Roadshows mit dezentral stattfindenden Firmenpräsentationen, die sich an potenzielle Vertriebspartner richten. Außerdem können Sie auch Messen für die Verkaufspartneransprache nutzen. Dies kann durch einen eigenen Messestand erfolgen, zu dem Sie regional ansässige Vertriebspartner einladen.

7. Unterstützen Sie Ihre Vertriebspartner mit einer intelligenten Software und bei rechtlichen Fragen

Eine gute Software ist entscheidend für ein erfolgreiches Direktvertriebsunternehmen. Idealerweise halten Sie Ihre Vertriebspartner tagesaktuell über die jeweiligen Auskünfte auf dem Laufenden. Unterstützen Sie Ihre Vertriebspartner auch mit einer Customer-Relation-Management-Software und beispielsweise mit einer Vertriebspartner-App, die den Verkaufsprozess unterstützt. Selbstverständlich können auch die sozialen Medien effektiv für das Marketing genutzt und die Vertriebspartner entsprechend geschult werden. Gute Verkäufer sind nicht notwendigerweise gute Buchhalter. Deshalb sollten Sie die Vertriebspartner bei rechtlichen und steuerlichen Fragen unterstützen. Dies kann z. B. durch einen Rahmenvertrag mit einem Steuerberatungsbüro erfolgen.

8. Nehmen Sie sich vor dem Start Zeit für die Erprobungsphase

Starten Sie erst, wenn Ihr Vertriebskonzept erprobt ist. Wichtig hierfür sind Testläufe, die das Schulungs-, Vorführmaterial und den Verdienstplan auf die Praxistauglichkeit hin untersuchen. Der Verdienstplan sollte auch in Zukunft Bestand haben. Ebenso sollten Ihre Verträge rechtlich wasserdicht und geprüft sein und überprüfen Sie auch, ob Ihre Unternehmenswebsite auf die Anforderungen des Direktvertriebs ausgerichtet ist.

9. Schaffen Sie ein Umfeld des nachhaltigen Vertrauens für Verbraucher und Vertriebspartner

Wer als Direktvertriebsunternehmen an einem so sensiblen Ort wie der Wohnung eines Kunden beraten und Produkte anbieten möchte, ist in ganz besonderem Maße auf das Verbrauchervertrauen angewiesen. Die

Schulungen Ihrer Vertriebspartner sollten deshalb auch die Verhaltensregeln Ihres Unternehmens sowie wichtige rechtliche Aspekte beinhalten. Wussten Sie, dass Ihr Unternehmen für wettbewerbswidriges Verhalten Ihrer Vertriebspartner haftet? Durch die Einhaltung der BDD-Verhaltensstandards schützen Sie sowohl Ihre Kunden als auch Ihre Vertriebspartner und schaffen so ein Umfeld des nachhaltigen Vertrauens, das Ihnen einen erfolgreichen Geschäftsaufbau ermöglicht.

10. Werden Sie Mitglied im Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V. (BDD)

Eine Mitgliedschaft im BDD ist gerade für Unternehmen, die neu in den Direktvertrieb einsteigen, von besonderem Vorteil. Der Wissens- und Erfahrungsaustausch mit erfahrenen Direktvertriebsunternehmen bietet Ihrem Unternehmen eine zuverlässige Starthilfe. Profitieren Sie zudem von der rechtlichen Expertise des Verbandes. Das BDD-Gütesiegel schafft Vertrauen und erleichtert somit die Vertriebspartner- und Kundenakquise.

