



**PERFACT**

Geschäftschancen  
Personalentwicklung  
Nachhaltigkeit

# EFÖ WEBINAR: SOLUTION SELLING - WENN ESG DIE LÖSUNG IST

Wie wir Solution Selling Methode anwenden und dabei ESG-Kriterien als Lösungschancen nutzen

KF PERFACT

06.11.2024, Elisabeth Rudolph, Christoph Stieg

**E**  
ENERGIEFORUM  
ÖSTERREICH

**07** 2024  
NOV

**GREEN DEAL  
WEBINAR**

**SOLUTION SELLING 2.0:  
ERFOLGREICH VERKAUFEN  
IN KRISENZEITEN**



**PERFACT**

Geschäftschancen  
Personalentwicklung  
Nachhaltigkeit

Partner des Energieforum Österreich

- Webinare
- Green Deal Symposien



PERFACT



# PER FACT

Leistungsbereiche



PERFACT



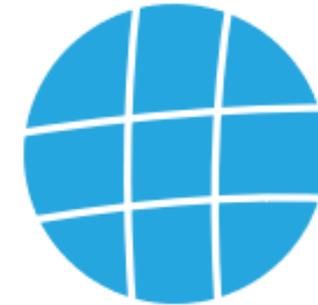
## GESCHÄFTSCHANCEN Produktivität im Fokus

Mit geschärftem Blick jetzt die Produktivität steigern, Chancen nutzen und Risiken vermeiden.  
Gemeinsam **entdecken** wir sie.



## PERSONALENTWICKLUNG Leadership und Sales

Führungs- und Verkaufskräfte-Fähigkeiten und Veränderungsmanagement; ESG inside.  
Gemeinsam **trainieren** wir sie.



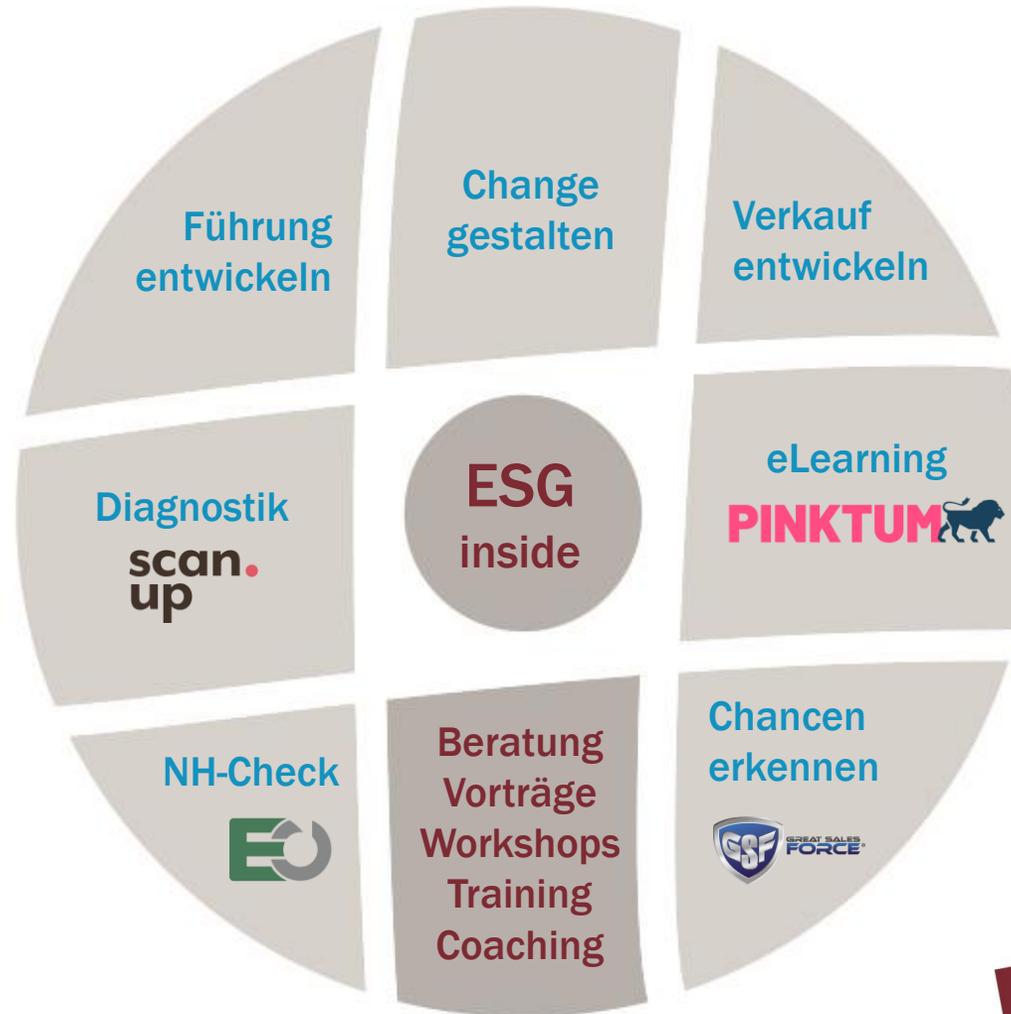
## NACHHALTIGKEIT Change - ESG-Chancen nutzen

Jetzt Potenziale analysieren, Strategien definieren und die Organisation entwickeln.  
Gemeinsam **setzen wir um**.

# Nur noch machen.

Morgen besser als gestern.

Messbar. Erfolgreich.



Es ist nicht einfach.  
Aber ES G eht.

 Recording start

# Solution Selling

## Teil 1

## Solution Selling – Wenn ESG die Lösung ist

**Was ist Solution Selling?**

**Welche Methode hat sich bewährt?**

**Welche Rolle spielt ESG als Lösung?**

# Das ist Solution Selling



## Definition:

Solution Selling ist ein Ansatz, der sich darauf konzentriert, die individuellen Bedürfnisse des Kunden zu verstehen und maßgeschneiderte Lösungen zu bieten, anstatt nur Produkte zu verkaufen.



## Der Unterschiede zum Produkt-Verkauf:

Traditioneller Verkauf ist meist produktfokussiert; Solution Selling setzt auf Problemlösungen und führt damit meist zu langfristigen Partnerschaften.

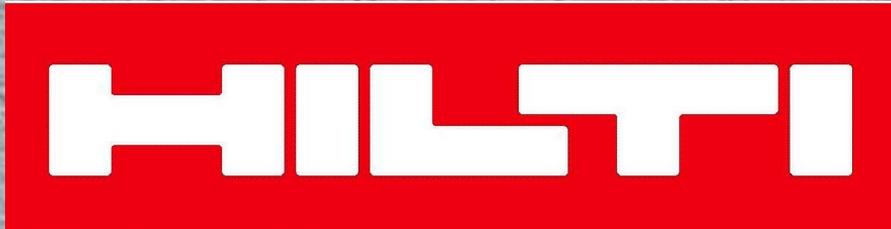


## Beispiel:

- Kälte verkaufen, statt einen Kühlschrank.
- Mobilität verkaufen, statt das Fahrzeug.
- Das Stückgut des Kunden wird gekühlt von A nach B gebracht.
- Ich verkaufe nicht einen „grünen Fonds mit XY% Rendite“ sondern die „Gestaltung und Beteiligung der ökosozialen Transformation unserer Wirtschaft“.

**Ich löse ein  
Problem.**

Was verkauft der  
Liechtensteiner  
Weltmarkt-Führer?





**Ich erschaffe  
ein Problem.**



# Was ist das? Ein digitaler Hochleistungs-Drucker?!

Es ist das Kundenbindungs-  
programm von REWE



**REWE**  
Dein Markt

**Ich bin die  
Lösung.**

## Das ist MEIN Auto am Bahnhof.

Barrierefrei losfahren und retournieren.



# ESG Effekte



**Weniger Ressourcen-Bedarf durch gesicherte Kreislaufwirtschaft**

**Weniger Drucksorten, weil individuelle Gutscheine an ausgewählte Kunden.**

**Weniger Umfang der Druck-Sorten.**

**Somit weniger Kosten und weniger CO2-Impact.**

**Höhere Fahrzeug-Utilisation  
Weniger CO2-Impact, weil mehr Bahn-km.**

**Höherer Komfort für Kunden.**

## Solution Selling – Wenn ESG die Lösung ist

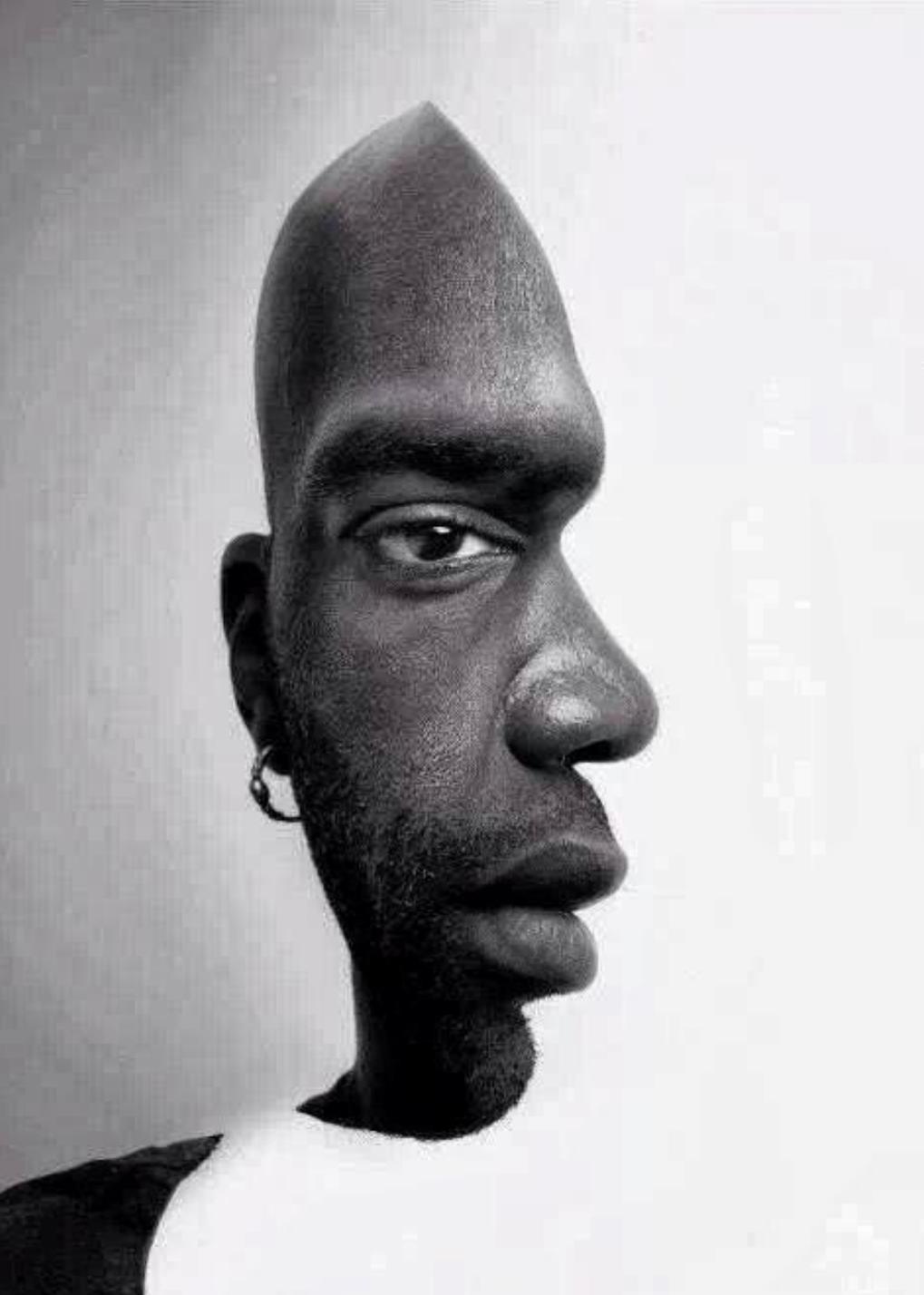
Was ist Solution Selling?

Welche Methode hat sich bewährt?

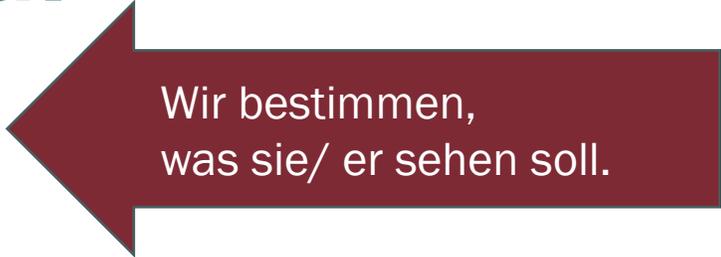
Welche Rolle spielt ESG als Lösung?



Wer sich **nicht positioniert**,  
der **wird positioniert**.

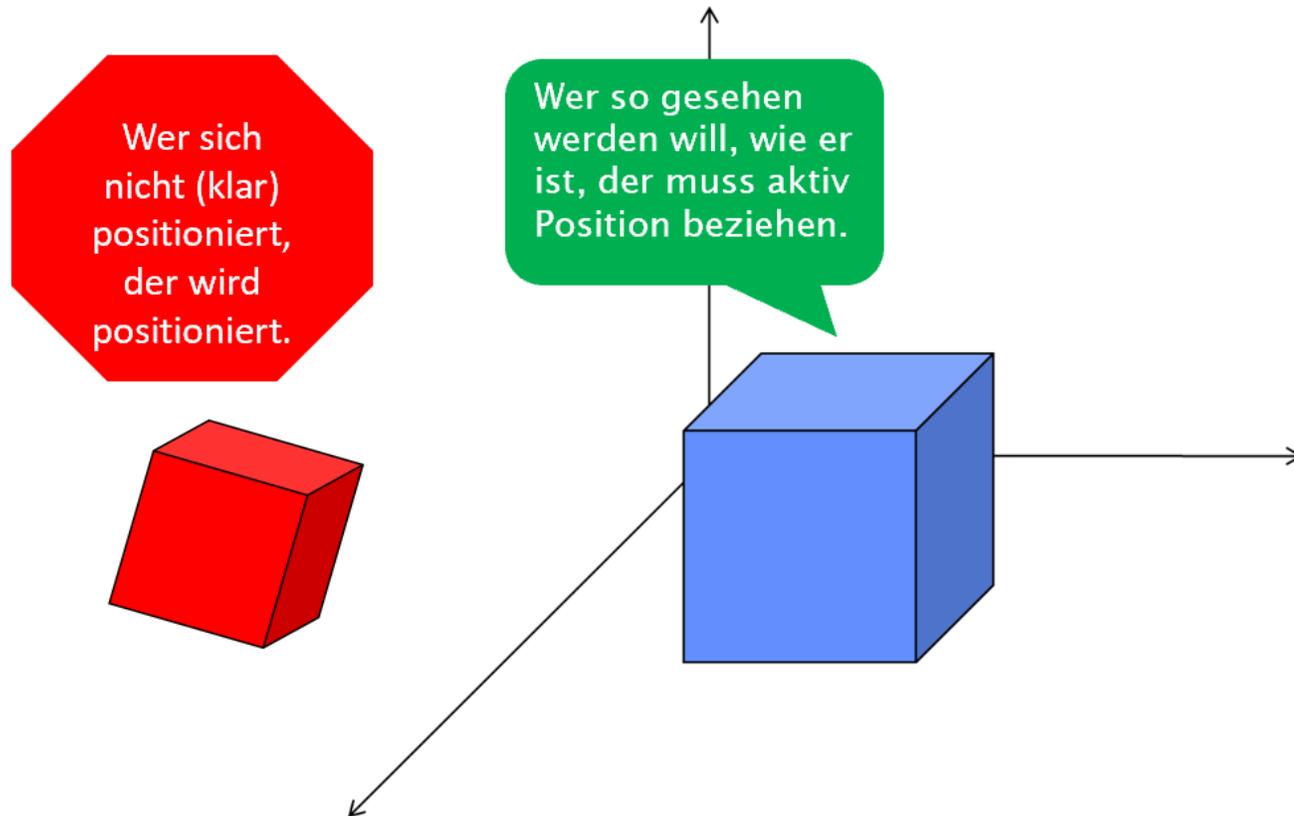


Die Sichtweise  
bestimmt der  
**Betrachtende,**  
nicht das Bild.  
Außer...



Wir bestimmen,  
was sie/ er sehen soll.

# Überzeugende Positionierung entwickeln

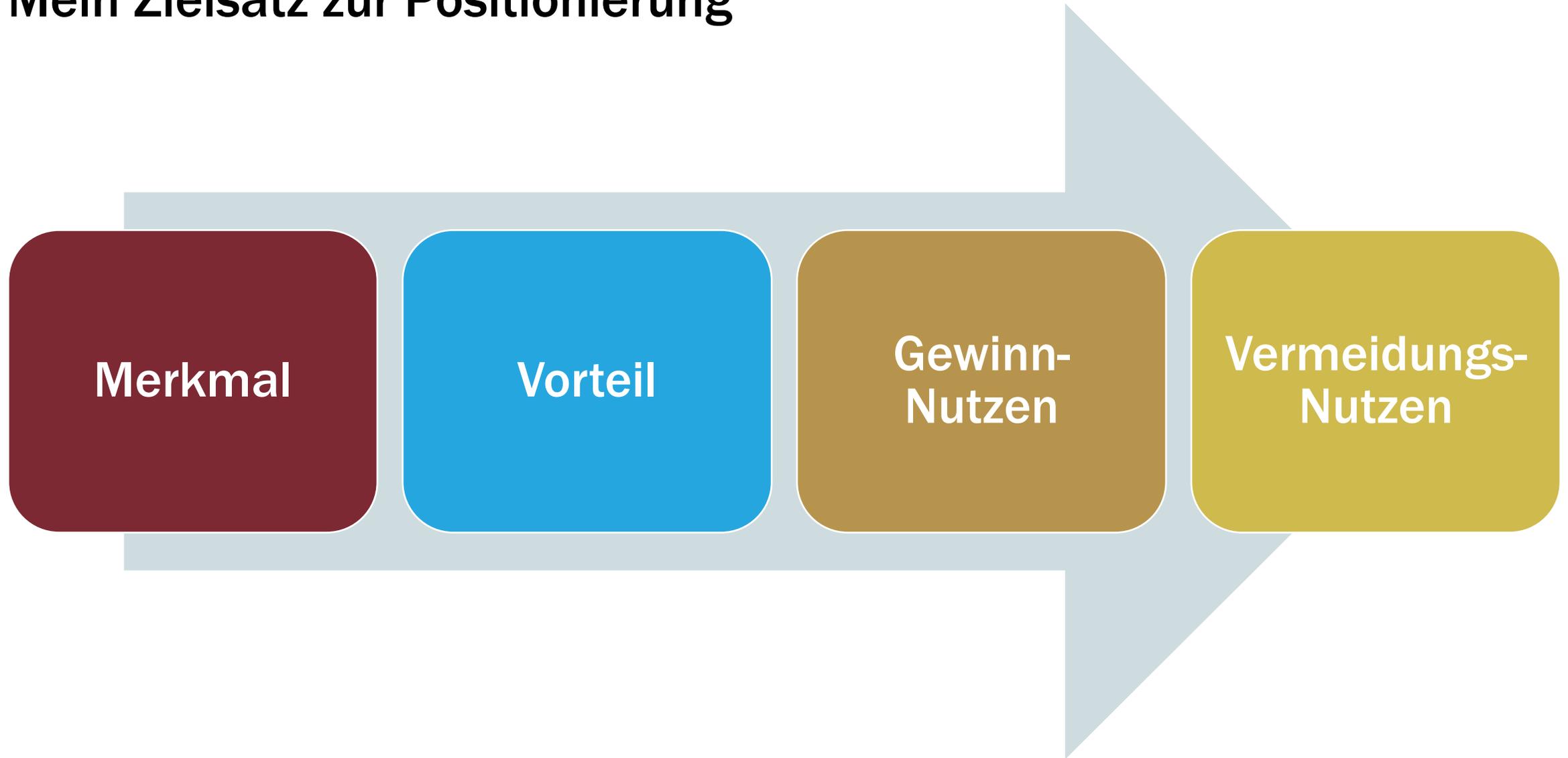


1. „Wer bist du?“

2. „Was willst du?“

3. „Was hab ich davon?“

# Mein Zielsatz zur Positionierung

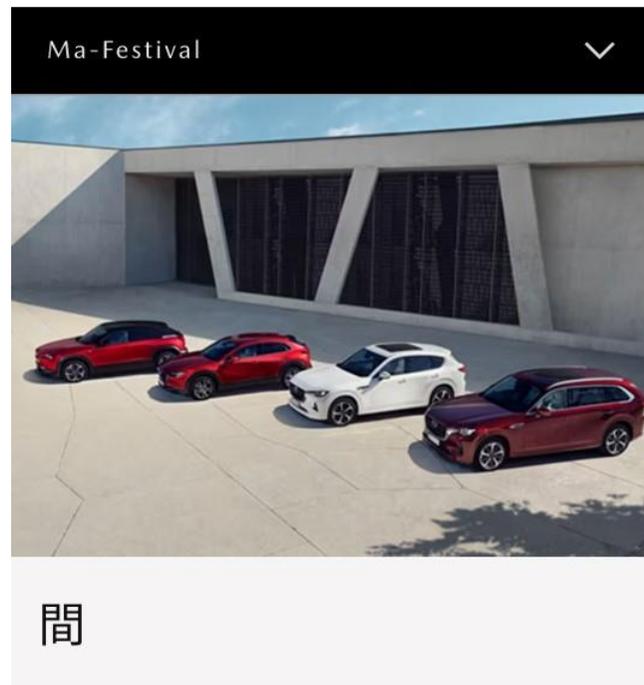


# **GESCHICHTEN KÖNNEN ÜBERZEUGEN**

Wir Menschen treffen irrationale Entscheidungen.

Besonders wenn es um Geld geht.

# Story Telling



間

CRAFTED IN JAPAN

## DAS MAZDA MA FESTIVAL



## DAS MAZDA MA FESTIVAL

Die japanische Designphilosophie MA 間 schafft Raum. Durch Weglassen entsteht mehr. Mehr Raum für Schönheit. Entdecken Sie Ma in jedem Mazda und sichern Sie sich die besten Angebote des Jahres.

WÄHLEN SIE IHR WUNSCHMODELL

Mazda CX-

Plug-In Hyb

Die japanische Designphilosophie MA 間 schafft Raum. Durch Weglassen entsteht mehr. Mehr Raum für Schönheit. Entdecken Sie Ma in jedem Mazda und sichern Sie sich die besten Angebote des Jahres.

# Wir Menschen treffen in Bezug auf Geld völlig irrationale Entscheidungen ...



Verlust des Tickets



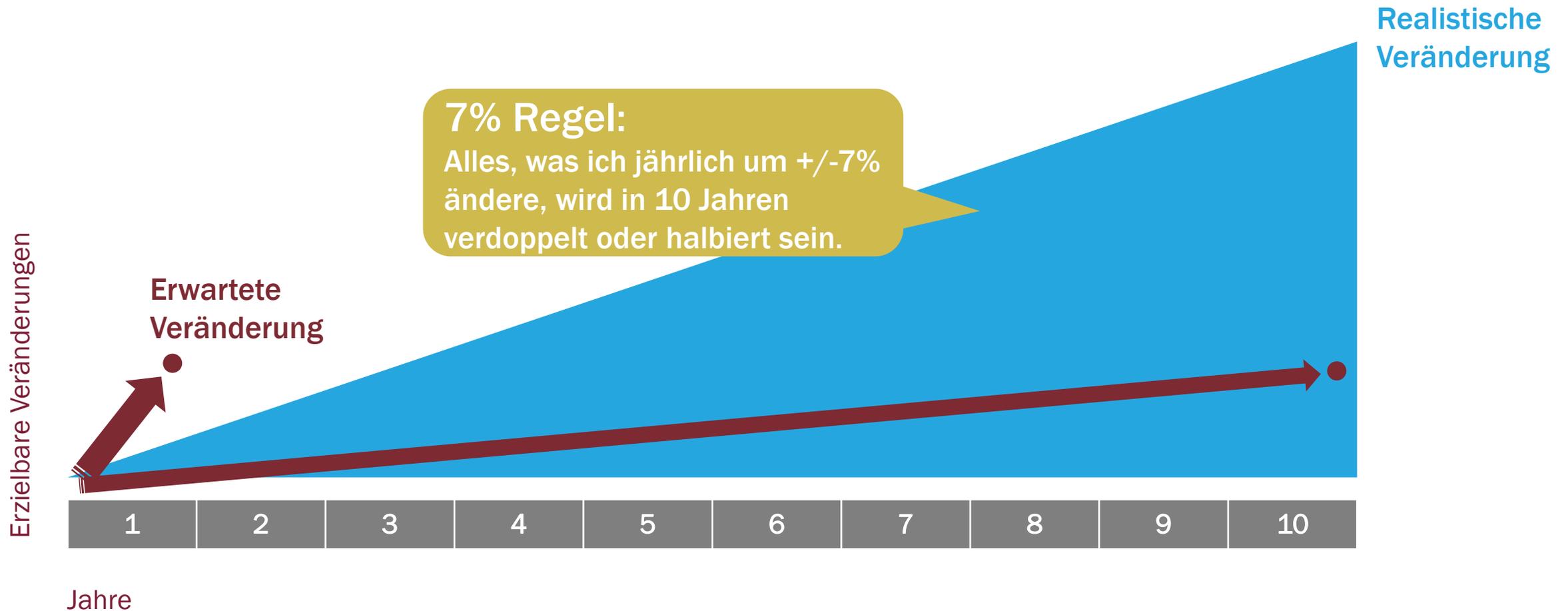
Verlust von € 100,-

8%



83%

Menschen **überschätzen euphorisch**, was in **1 Jahr** möglich ist und **unterschätzen dramatisch**, was in **10 Jahren** möglich ist.

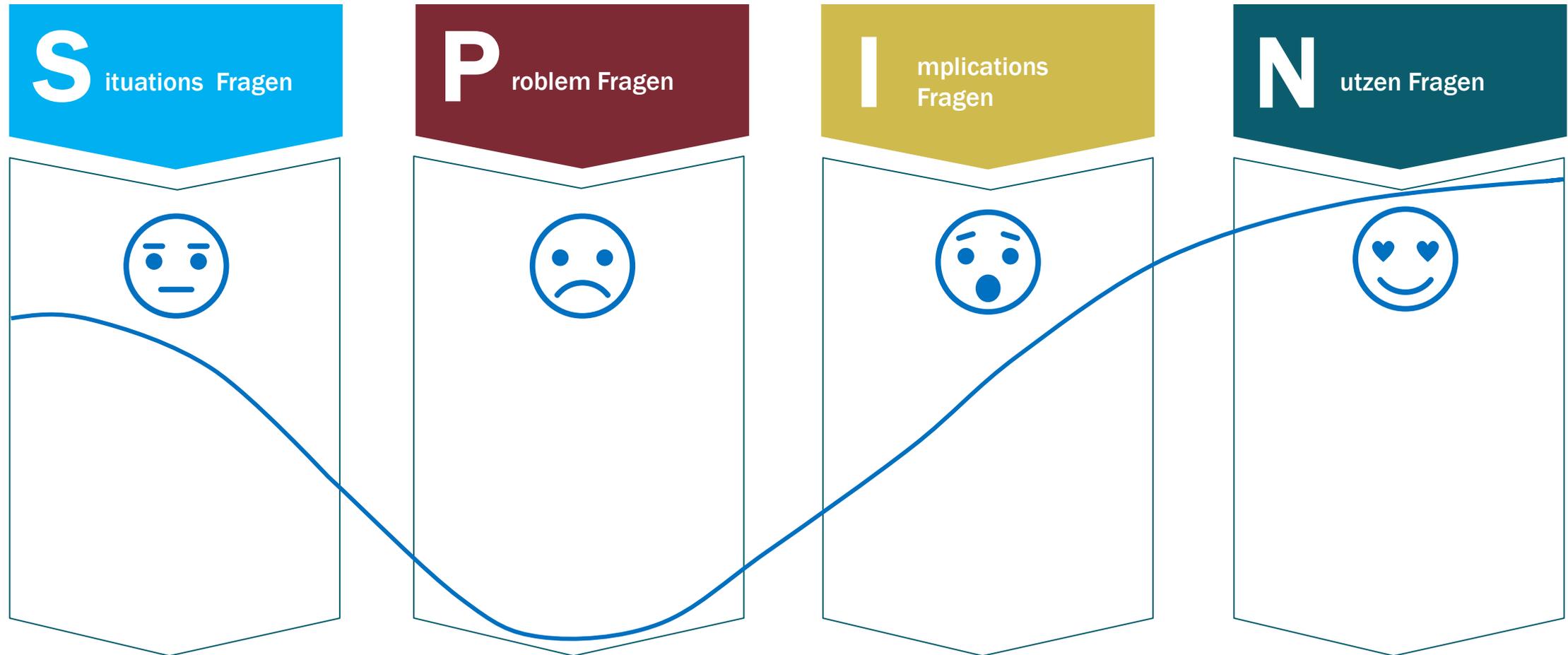


**SPIN**



# SPIN Fragetechnik

Emotionskurve > Handlungsbedarf > Entscheidungsbereitschaft



# SPIN Fragetechnik

## Beispiel Marketingkonzept

### Situations Fragen

Welche Kundengruppen wollen Sie verstärkt bedienen?

### Problem Fragen

Welche der aktuellen Kanäle funktionieren (noch) nicht nach Ihren Vorstellungen?

### Implications Fragen

Was bedeutet es für Sie, wenn Sie die Zielgruppe A nicht für sich gewinnen können?  
Wie wirkt sich das wirtschaftlich aus?

### Nutzen Fragen

Wenn Sie mit unserem Konzept XY Kunden aus der Zielgruppe A pro Woche gewinnen, wie wirkt sich das wirtschaftlich aus?  
Welche anderen Vorteile entstehen daraus?

## Solution Selling – Wenn ESG die Lösung ist

Was ist Solution Selling?

Welche Methode hat sich bewährt?

Welche Rolle spielt ESG als Lösung?

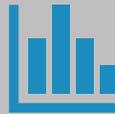
# Drei Wege zum Ziel

Die Transformation ist kein „Todo“, sie ist ein Prozess



ZWINGEND

Die Regulatorik zwingt zum Handeln. Fokus ist die **Kosten- und Risiko-Vermeidung**.



BETRIEBS  
BEDINGT

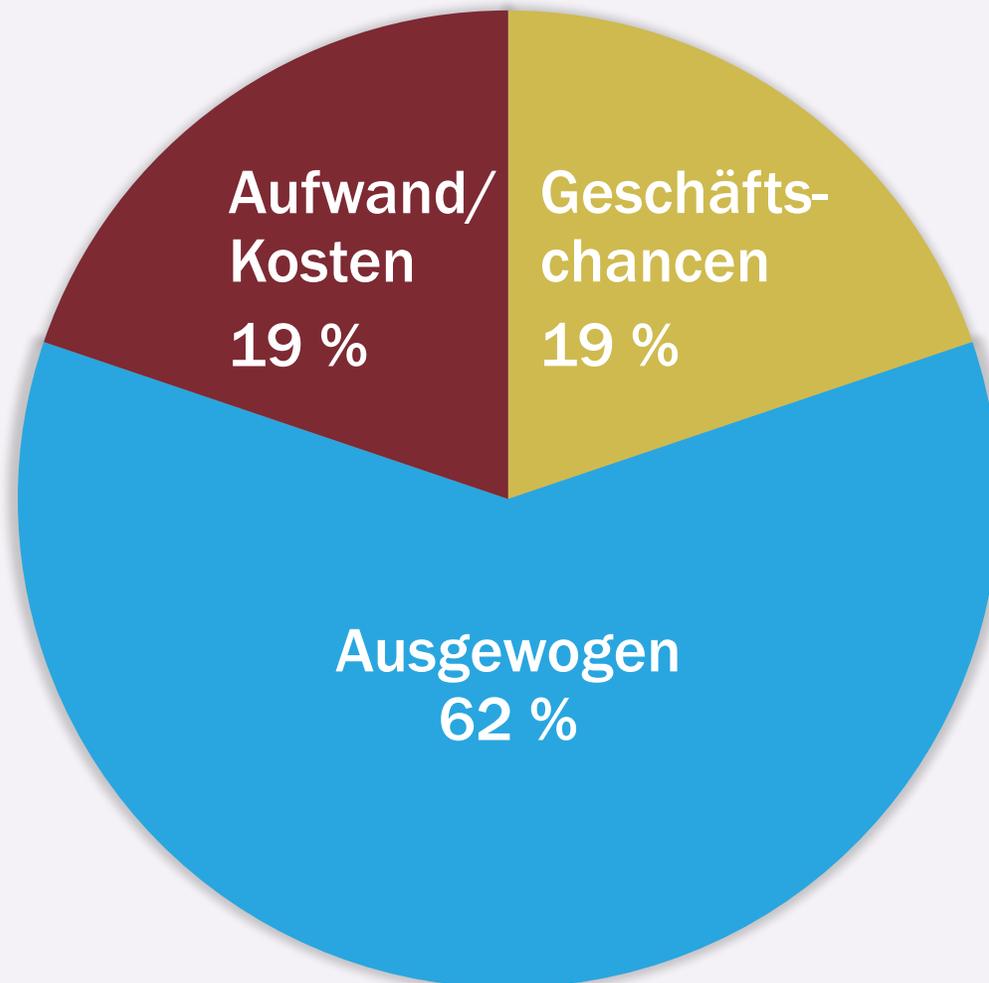
**Ressourcen oder Kunden-Unternehmen** machen die Transformation notwendig.



ÜBERZEUGT

Die eigene Überzeugung ist der Motor der Transformation. Fokus ist die **Chancen-Orientierung**.

# Ich sehe Nachhaltigkeit eher als Geschäftschance oder als Aufwand/Kosten



Befragung Mittelstands-  
unternehmen Rheintal  
2024/ 09

# Die Erfolgsformel für ESG Vertriebs-Chancen

Durch ESG-Knowhow und ESG orientierte Fragetechnik Top-Lösungen entwickeln

Herausforderungen des Kunden entlang der ESG-Journey kennen und verstehen

*ESG-Solution Selling X Transformations-Check*

Erfolg =

*Abwarten*

Wer länger wartet, überlässt die Chancen den Marktbegleitern.

# Verkaufen wir Strom Comodity!?

## Product Selling:

Wann brauchst du wie viel Strom?

## Solution Selling:

Wofür brauchst du den Strom?

## Solution Selling, ESG inside:

Welchen Einfluss hat Strom auf  
deine Ökobilanz/ dein ESG-  
Reporting?

# SPIN Fragetechnik – ESG inside

Beispielfragen, um ESG-Kriterien zu nutzen

## Situations Fragen

- Wie und wann ist das Unternehmen regulatorisch betroffen?
- Welche Anforderungen gibt es von Seiten der Kunden?
- Welche Themen treten in der Lieferkette auf?

## Problem Fragen

- Wie werden diese Anforderungen heute erfüllt?
- Wie gut funktioniert das?
- Wie zukunftssicher ist das?
- Wie wird es sich verändern?

## Implications Fragen

- Was sind die Kosten dieser Problematik?
- Wie verändern sich diese Kosten, wenn später reagiert wird?
- Welche Risiken entstehen im Markt/ durch Marktbegleiter?
- ... in Bezug auf die Lieferkette?
- ... betreffend Regulatorik?

## Nutzen Fragen

- Wenn Sie diese Kriterien ab heute sukzessive berücksichtigen, wie werden Sie profitieren?
- Welche Vorteile entstehen für Ihre Kunden?
- Welche Chancen lassen sich realisieren?

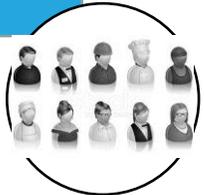
# ESG-Ziele

## Ecology



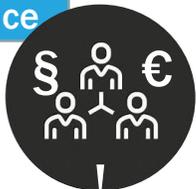
Lösungen entwickeln, die den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck reduzieren oder Ressourcen schonen.

## Social



Wert auf faire Arbeitsbedingungen, Diversity und positiven sozialen Einfluss legen.

## Governance



Transparente Prozesse und ethische Geschäftspraktiken einhalten.

# Mögliche KPIs für Solution Selling, ESG inside



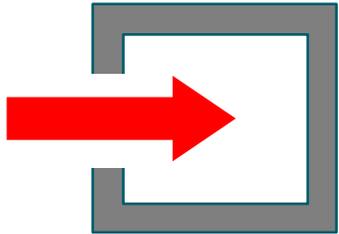
- **Umsatz pro Lösung:** Der Umsatz oder Ertrag, der durch verkaufte Komplettlösungen im Vergleich zu Einzelprodukten generiert wird.
- **Anzahl der abgeschlossenen Lösungspakete:** Die Gesamtzahl der Verkäufe, bei denen ein gesamtheitliches Lösungspaket statt eines einzelnen Produkts verkauft wurde.
- **Durchschnittliche Deal-Größe:** Vergleich der Größe von Abschlüssen, die durch Solution Selling erreicht wurden, im Gegensatz zu Standardverkäufen.
- **Kundenbindungsrate:** Der Prozentsatz an Kunden, die nach dem Kauf einer Lösung zurückkommen oder langfristig bleiben.
- **Dauer Verkaufszyklen:** Die verkürzte Dauer, bis ein Deal abgeschlossen wird; zeigt, ob der Solution Selling-Ansatz den Verkaufsprozess effizienter gestaltet.



- **CO2-Einsparungen pro Projekt:** Berechnung der CO2-Emissionen, die durch die implementierte Lösung reduziert wurden.
- **Anteil nachhaltiger Materialien:** Der Prozentsatz an verwendeten Materialien oder Komponenten, die umweltfreundlich sind.
- **Social Impact Score:** Metriken zur Bewertung des sozialen Einflusses der Lösung, wie die Förderung von Diversität oder der Beitrag zu Gemeinschaftsprojekten.
- **Compliance-Rate:** Prozentsatz, in dem die angebotenen Lösungen den internen ESG-Richtlinien und externen Vorschriften entsprechen.
- **ESG-Zertifizierungen und Akkreditierungen:** Anzahl und Qualität von Zertifikaten, die die ESG-Konformität der Lösung bestätigen.

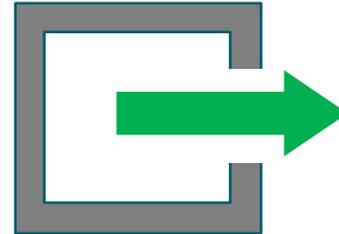
# Risiken einer späten und Vorteile einer frühen Transformation

Die Bank ist für ihre Firmenkunden die Plattform dafür.



## Kosten und Risiken vermeiden ...

- Hohe Personal-Fluktuation
- Unattraktiv für neue Mitarbeiter
- Späte Transformation ist teuer
- Verlust von Lieferanten und Kunden
- Sinkende Reputation



## Chancen nutzen und gewinnen ...

-  Höhere Preise und Margen
-  Beste Mitarbeitende gewinnen und binden
-  Neue Kunden, weil ESG-konform
-  Neue Geschäftsfelder und Produkte
-  Steigendes Image

**Was wir für Sie  
tun können ...**

# ESG inside ?!



# Solution Selling: Erfolgreich Verkaufen in Krisen-Zeiten



## „So bringe ich meinen Vertrieb auf's nächste Level.“

### Lernziel und Nutzen:

Wie ich als Entscheider:in durch aktives Wahrnehmen der Krisen-Themen und gezielte Entwicklung meine Verkaufsteams motiviere und so ambitionierte Ziele erreiche und gleichzeitig mangelnden Ehrgeiz und Jammern vermeide.

### Inhalte:

- **Alter Hut:** Krisen sind Chancen. Neue Perspektive: Für verpasste Gelegenheiten gibt es kein Fundbüro
- **Auswirkungen der Krisen:** Wie ist das Kundenunternehmen gefordert? Wo hat das Kundenunternehmen Chancen? Wo hat es Risiken? Was muss es als nächstes anpacken?
- **Die regulatorischen Auswirkungen (ESG/ Nachhaltigkeit) der nächsten Monate und Jahre** – ein Überblick über direkte und indirekte, mittelbare und unmittelbare Einflüsse - Green Deal, EU und Deutsches Lieferketten-Gesetz als Rahmenbedingungen bei unseren Kunden
- **Lösungen liefern:** Wie wir als Verkaufsteams mit Beratungsanspruch unsere Kunden und deren Herausforderungen durch wirksame Lösungs-Fragetechnik besser verstehen als die Mitbewerber.
- **Solution Selling Next Level:** Wie wir uns positionieren, um möglichst weitblickend und kompetent wahrgenommen zu werden und unsere Lösungskompetenz als Mehrwert verkaufen.
- **Der rote Faden für das neue Solution Selling** – so kann unser Verkaufsgespräch neu aussehen



1-tägig, vor Ort



6 bis 10 Teilnehmende

Unternehmerinnen, Vertriebsvorstände,  
Geschäftsführung, Verkaufsleitung

# Use Case Transgourmet

ESG-Beratungsansatz wird zum Mehrwert für die Gastronomie



**Konkrete Ergebnisse:**

**Von:** Einkauf heimischer Produkte mit kurzen Transport-Wegen

**Bis:** Bio-Gerichte auf der Speisekarte mit höherem Deckungsbeitrag.



**Ausgangssituation:**

- Transgourmet ist überzeugt davon, dass eine Vielzahl ihrer Gastronomie-Kunden/der Gastronomie-Unternehmer mit nachhaltigen Angeboten punkten können.
- Viele Gastronomen sehen „Bio“ als positives Marketing, scheuen aber die höheren Kosten biologischer Lebensmittel und die Preis-Sensibilität ihrer Gäste.



**Lösungsansatz:**

- Der Zugang im Gespräch mit dem Gastronomen wird über die steigenden Gäste-Erwartungen und die unterschiedlichen Gäste-Zielgruppen genommen.
- Dabei steht im Fokus, wie sich mit biologischen, nachhaltigen Lebensmitteln Gäste begeistern lassen und höhere Preise/ Margen erzielt werden können.



**Umsetzung:**

- Beratung und Entwicklung eines neuen Gesprächskonzepts, um insb. mit dem kostensensiblen Gastronomen Chancen zu besprechen und zu berechnen.
- Verkaufstrainings für die Gesprächsführung, Fragetechnik und Argumentation mit dem Schwerpunkt Pencil Selling, um ESG-Kriterien einfach zu kommunizieren.



**Erfolge:**

- Die neuen Gespräche drehen sich weniger um Kosten und mehr um Chancen.
- Auch gewohnt günstige Lokale punkten neu z.B. mit einer Bio-Pizza

# Use Case Raiffeisen Leasing

Flugzeuge verleasen UND einen nachhaltigen Kurs einschlagen – ES G eht.



## Ausgangssituation:

- Raiffeisen Leasing hat als Konzernunternehmen der Raiffeisenbank international zur Nachhaltigkeitstransformation des Big Players beizutragen.
- Die Transformation des eigenen Betriebs ist im Gange. Das Kundengeschäft ist betreffend ESG von dunkelgrün bis dunkelrot einzustufen; Eine Herausforderung.



## Lösungsansatz:

- „Sowohl als auch“. ESG kritische Geschäfte werden vorerst weiterbetrieben. Gleichzeitig wird in der Kundenberatung engagiert darauf gesetzt, nachhaltige Lösungen zu finanzieren.
- Dabei steht im Fokus, Kunden hinsichtlich ihrer Chancen und Risiken, insb. Kosten- und Bewertungsrisiken kompetent und ergebnisoffen zu beraten.



## Umsetzung:

- Beratung, Schulung, Training eines neuen fragenorientierten Kundengesprächs.
- Die Entwicklung erfolgt anhand von praktischen Geschäftsfällen, um die Verkaufskräfte direkt für den neuen Zugang ins Boot zu holen.
- Eine klare Strategie und Bonifikation von grünen Lösungen motivieren dazu.



## Erfolge:

- Die neuen Gespräche drehen sich weniger um Finanzierungs-Kosten sondern mehr um inhaltliche Themen, Zukunftschancen und Vermeidung von Risiken.

# Use Case Artaker IT

IT Infrastruktur und Digitalisierung haben erheblichen Einfluss auf ESG und sind selbst ein Ökologie-Faktor



## Konkrete Maßnahmen:

**Von:** Nicht mehr genutzte Server vom Netz nehmen

**Bis:** Reduktion von Bearbeitungszeiten durch optimierte Prozesse



## Ausgangssituation:

- Artaker IT wird von ihren Kunden damit beauftragt, die Effizienz der Infrastruktur und der Anwendungen zu steigern.
- Dabei sind Hard- und Software genauso relevant, wie die Gestaltung von Prozessen und die Arbeitsweise / Anwendung von Mitarbeitenden beim Kunden.



## Lösungsansatz:

- Artaker IT übernimmt als IT-Beratungsunternehmen, Mit-Verantwortung dafür, dass ihren Kundenunternehmen die Transformation zum ökosozialen Wirtschaften leichter gelingt.
- Dafür braucht es in erste Linie eine Sensibilisierung der Artaker IT-Mitarbeitenden, um kompetent alle Wechselwirkungen, die Impact auf die ESG-Kriterien haben berücksichtigen zu können.



## Umsetzung:

- Erarbeiten einer Positionierung, mit der Artaker IT die neue Verantwortung kommuniziert
- Beratung, erarbeiten einer Check-List, um Potenziale beim Kunden strukturiert zu entdecken, ohne dabei missionarisch zu sein.
- Entwicklung, Schulung und Training eines Gesprächskonzepts, mit dem in den Beratungs- und Verkaufsgesprächen, ergebnisoffen über Chancen, Kosteneinsparungen und das Vermeiden von Risiken beim Kunden gesprochen werden kann.

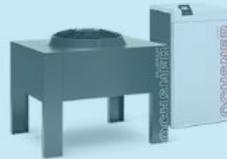


## Erfolge:

- Artaker IT-Kunden erzielen durch die neuen Lösungen einen positiven ESG-Impact.
- Artaker IT hat im Betrieb einen positiven ESG Impact erzielt.

 Recording stop

**Ok. Und jetzt?**  
**Teil 2**



Auszug aus der Referenzliste



Und der beste Berater/  
Trainings-Partner für Sie ...?

Unternehmen mit ehrgeizigen Zielen.

Unternehmen, die die Nachhaltigkeitsreise starten oder beschleunigen wollen.

Unternehmen, die messbare Ergebnisse leichter und sicherer erzielen wollen.



**E**  
ENERGIEFORUM  
ÖSTERREICH

07  
NOV 2024

**GREEN DEAL  
WEBINAR**

**SOLUTION SELLING 2.0:  
ERFOLGREICH VERKAUFEN  
IN KRISENZEITEN**



**PERFACT**

Geschäftschancen  
Personalentwicklung  
Nachhaltigkeit

Sie haben weiterführende Fragen?  
Kontaktieren Sie uns gerne:

[christoph.stieg@perfactconsulting.com](mailto:christoph.stieg@perfactconsulting.com)  
[elisabeth.rudolph@perfactconsulting.com](mailto:elisabeth.rudolph@perfactconsulting.com)

Sprechen wir über Lösungen...



*Nur noch machen!*



# PERFACT

Geschäftschancen  
Personalentwicklung  
Nachhaltigkeit

AT

**PERFACT CONSULTING GmbH**

Universitätsring 10  
1010 Wien

FL

**PERFACT CONSULTING (Liechtenstein) GmbH**

Industriestrasse 56  
9491 Ruggell

DE

**PERFACT RESULTS Holding GmbH**

Laufamholzstraße 171  
90482 Nürnberg

**Christoph Stieg, CSE CMC**

+43 1 7996514

+43 699 1091 1091

christoph.stieg@perfactconsulting.com

**E** office@perfactconsulting.com

**W** www.perfactconsulting.com

