

PHILIP

SEMMELROTH

Unternehmer mit Exit Erfahrung, Keynote Speaker, Autor

ALS UNTERNEHMER HABE ICH DIE **ABSCHLUSSQUOTEN** IN MEINER FIRMA DURCH EINEN STRATEGISCHEN VERKAUFSPROZESS **AUF ÜBER 90% GEBRACHT.**



PHILIP SEMMELROTH
**55 BUSINESS
TURBOS**
FÜR KMU
MEHR ZEIT,
MEHR KUNDEN,
MEHR GEWINN

GABAL

PHILIP SEMMELROTH
**EINFACH MEHR
PROFIT**
DAS 3P-SYSTEM
ERFOLGSSTRATEGIEN
FÜR SELBSTSTÄNDIGE
UND UNTERNEHMER
PEOPLE - PROCESS - PRESENTATION

Bestseller Nr. 1

Wer besser verkauft, bekommt den Auftrag!

**DEN AUFTRAG BEKOMMT DER,
DER BESSER VERKAUFT.**



SYNAGOG
AKADEMIE

Erfolg ist planbar! Kommt in meinen Workshop.

Philip Semmelroth
Selbstvermarktungsexperte | Keynotespeaker | Coach



DIE STORY

Mit 18 gründete Philip Semmelroth eine Firma. Mit 40 verkaufte er die C&S – Computer und Service GmbH an einen Investor. Über 22 Jahre lernte er „hands on“ Marketing & Verkauf, professionalisierte die Leistungserbringung und optimierte den Cashflow.

Fokussiert auf Geschwindigkeit und Profitabilität entwickelte er strategische Vertriebsprozesse, die den Verkauf erklärungsbedürftiger Produkte- und Dienstleistungen beschleunigen, Beratungsgespräche fakturierbar machen und Abschlussquoten steigerte.

In mehr als 20 Jahren Praxiserfahrung identifizierte er die drei zentralen Stellschrauben, um Gewinne zu steigern, Mitarbeiter leistungsfähiger zu machen, Kunden zu begeistern und Abläufe so zu systematisieren, dass er aus dem Tagesgeschäft aussteigen konnte.

Dies erhöhte den Wert seines Unternehmens erheblich und heute teilt der Reserveoffizier Philip Semmelroth seine Erfahrung in Keynotes, Workshops, Seminaren ... online und offline mit Menschen, die neue Resultate erreichen wollen.



Systemhäuser

Katgeber Bilder & Videos News

GFC-Gruppe kauft sechstes Systemhaus

Finanzinvestor beteiligt sich an C&S aus Leverkusen

08.10.2020

Von  Ronald Witzscheck (Chefredakteur)

Die Kölner GFC Management- und Beteiligungsgesellschaft hat Anfang Oktober 2020 ein weiteres Systemhaus erworben, die C&S Computer und Service GmbH.



Philip Semmelroth und Christoph Hinseln (Geschäftsführer bei GFC) besiegeln den Verkauf der C&S Computer und Service GmbH an die GFC-Gruppe.
 Foto: GFC

Mit der Übernahme der C&S Computer und Service GmbH durch die GFC-Gruppe sind nun sechs Systemhäuser aus dem Ruhrgebiet und dem Rheinland in dem Firmenkonglomerat vereint. Zusätzlich zu C&S sind das Ditcon, Hackenbroich Büro- und Datentechnik, Polygon DV-Entwicklung, Bluzeworks und das Systemhaus West.

Aktuell beschäftigt die GFC Gruppe über 75 Mitarbeiter und kümmert sich als IT-Systemhaus um rund 60.000 technische Installationen bundesweit. Im Bereich Bürokommunikation betreut die Unternehmensgruppe zusätzlich über 10.000 Systeme im Kopierer- und Druckerumfeld. Derzeit ist die GFC Gruppe auf den Gebieten



Jeder bekommt, was er verhandelt – Erfolg entsteht durch Inszenierung

By Redaktion Backfisch
 publiziert am 8. Oktober 2020

Von Philip Semmelroth

Jedes Unternehmen, das heute mehr verdienen will als gestern, steht vor vertrieblischen Herausforderungen. Jeder erfolgreiche Software-Anbieter, Gastronom oder Finanzberater betreibt sein Business in erster Linie also als Vertriebsmaschine. Schließlich spült nur exzellenter Verkauf Geld in die Kasse. Um die eigene Marken groß zu machen, müssen sich alle vom Azubi über den Buchhalter bis zum Inhaber täglich darum kümmern, Kunden bei jedem Touchpoint zu begeistern. Das gelingt über clevere Inszenierung und selbstbewussten Verkauf.

Neben den berühmten Apple-Launches beweist folgendes Beispiel „Inszenierung verkauft“: Viele kennen die... mit einem Kümmerling... In Wahrheit ist es nicht... sondern die Heilkräuter. Die Marken... jedoch verstanden, dass ein Fenchel-Kümmel-Anis-T... wenig... zum Kräutershot hingegen heißt die... Tägermeier und...

VERKAUFT

GFC-Gruppe kauft Systemhaus C&S GmbH

Wertsteigernd, wenn kein Chef vor Ort

07. Oktober 2020, 06:00 Uhr | Martin Fryba | Kommentar(e)



Dass beide Manager für Vertrieb und Prozessautomation brennen und noch dazu beide aus Leverkusen kommen, hat den Deal erheblich beschleunigt: Philip Semmelroth (C&S) und Christoph Hinseln (re), Geschäftsführer der GFC Management- und Beteiligungsgesellschaft

Mit der Übernahme von C&S aus Leverkusen holt sich die GFC-Gruppe aus Köln ein auf Managed Services spezialisiertes Systemhaus ins Boot. Dessen Kapitän segelte sowieso in fernen Ländern, übergibt nun ein prosperierendes Systemhaus – trotz Corona und eines Chefs, der sich überflüssig machte.

Bei einem gemeinsamen Kunden sind die Geschäftsführer der Systemhausgruppe GFC aus Köln erstmals auf den Wettbewerber C&S Computer und Service aus Leverkusen aufmerksam geworden. Es folgten erst lose Gespräche, ein konkreteres Zoom-Meeting, eine Einladung nach Hause zu C&S-Inhaber Philip Semmelroth und ein paar Wochen später ist man sich

DAS **3P**-SYSTEM



PEOPLE

Mitarbeiter müssen **WOLLEN**, dann wird auch Leistung sichtbar und durch das Wiederholen irgendwann **GEKONNT** abrufbar.



PROCESS

Standards und Prozesse machen auch Dienstleistungsunternehmen skalierbar, reduzieren Kosten und steigern finanzielle Erfolge.



PRESENTATION

Überzeugen Sie in Verkaufsgesprächen. Setzen Sie sich in Wettbewerbssituationen durch. Denn den Auftrag bekommt der, der besser verkauft.

**Du bekommst nicht das,
was Du verdienst...**

**...sondern das,
was Du verhandelst.**

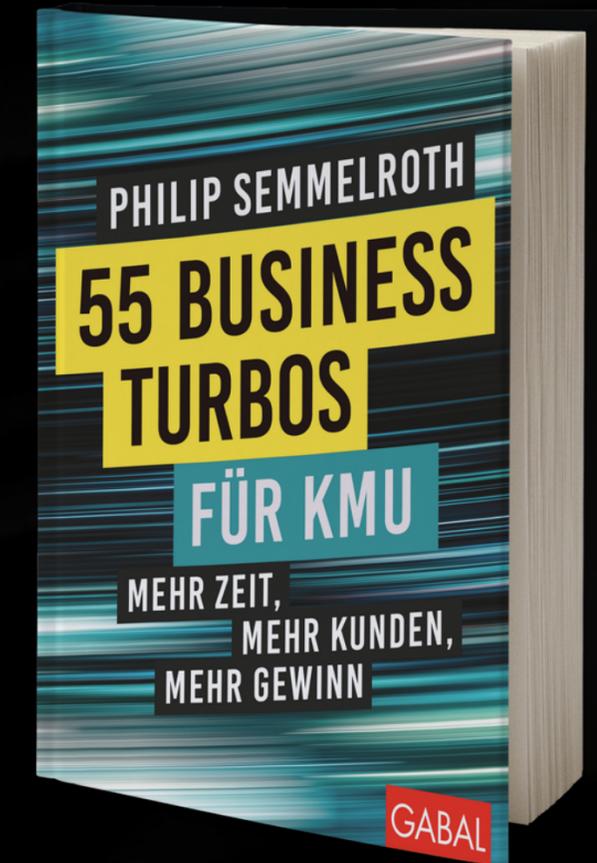
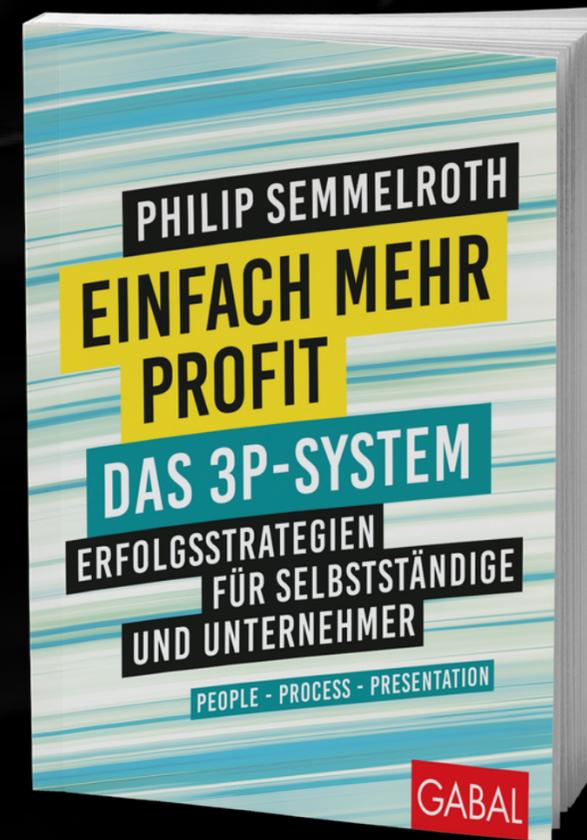
Wie gut bist Du vorbereitet?



**FÜR SELBSTVERSTÄNDLICHKEITEN
GIBT ES KEINEN POKAL.**

**VIELE TRAINIEREN VERTRIEB NUR,
WENN DIE KUNDEN DABEI SIND.**

**EIN EXPERTE, ZWEI BÜCHER,
HOLEN SIE SICH BEIDE.**




Managementbuch.de

EMPFEHLUNG

PHILIP SEMMELROTH

Philip Semmelroth steigert die Abschlussstärke von Vertrieblern, entwickelt strategische Vertriebsprozesse und macht Firmen aus unterschiedlichen Branchen profitabler.

Der Unternehmer hat seine erste Firma von der Gründung bis zum Verkauf geführt und zeigt heute Selbstständigen, Unternehmern und Vertriebsexperten, wie sie finanzielle Grenzen verschieben und schon für Beratungen bezahlt werden.

Branchenübergreifend wird Philip von Finanzdienstleistern, Golfern, Hoteliers, Bänkern oder auch Industrieunternehmen mit mehrstufigen Vertriebsprozessen gebucht, um Verkaufserfolge zu steigern und mit strategischen Verkaufsprozessen Neukunden einfacher und profitabler zu gewinnen.



UMSATZ KOMMT VON UMSETZEN



27 Länder

5 Kontinente

2 Sprachen (DE/ENG)

2 Studienabschlüsse

Dipl.Kfm. (FH) – Deutschland

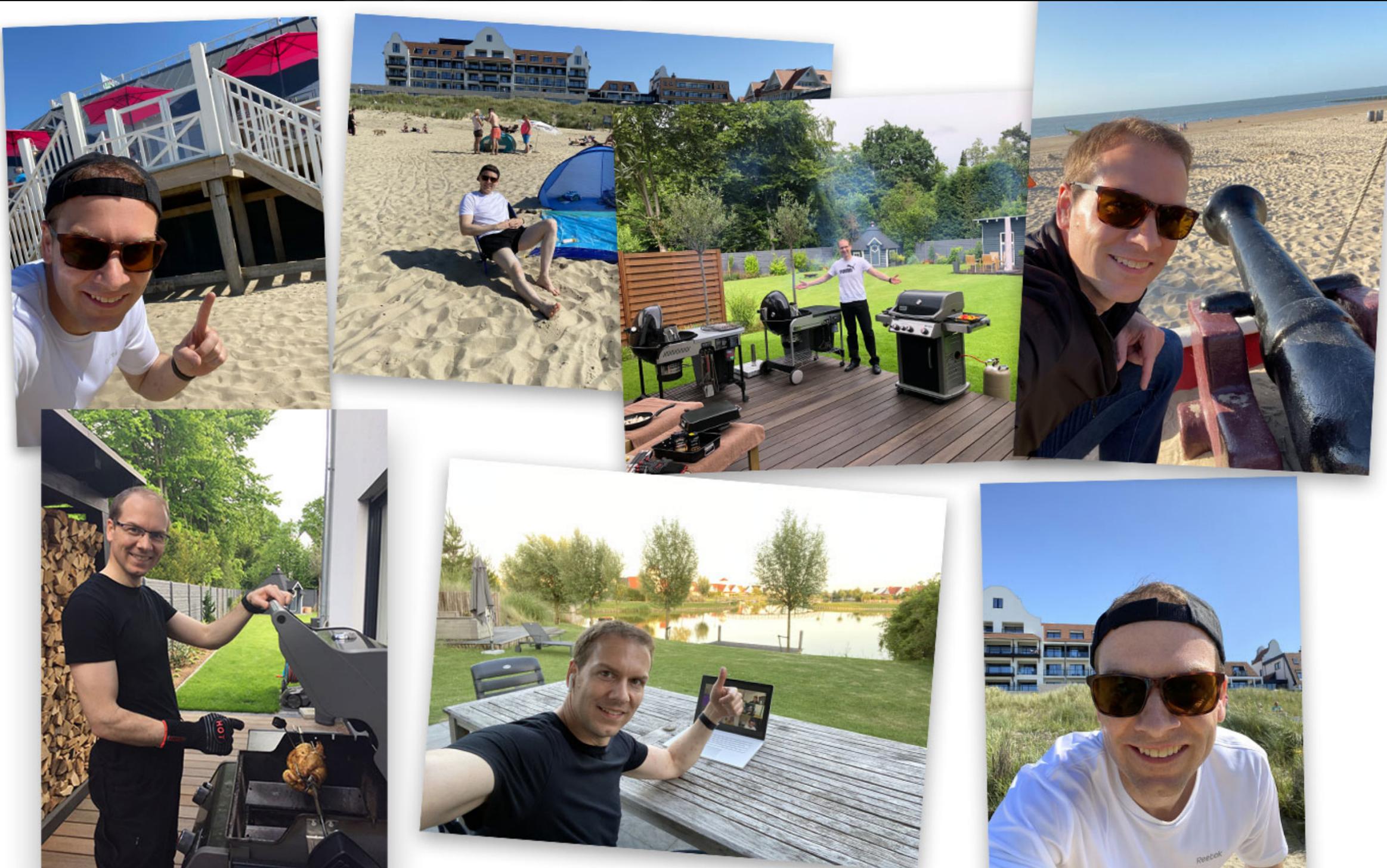
MBA – USA (Stipendium)

Ein Unternehmer

Ein Vertriebsstrategie

IHR Keynote Speaker

Philip Semmelroth - Privat





PHILIP SEMMELROTH

MÖCHTEN SIE?

MEHR **ZEIT**



MEHR **KUNDEN**



MEHR **GEWINN**



PHILIP **SEMMELROTH**

Internationaler Speaker

Unternehmer, Business Strategie Experte, Verkaufsstrategie

Verkauf

Motivation

Strategie

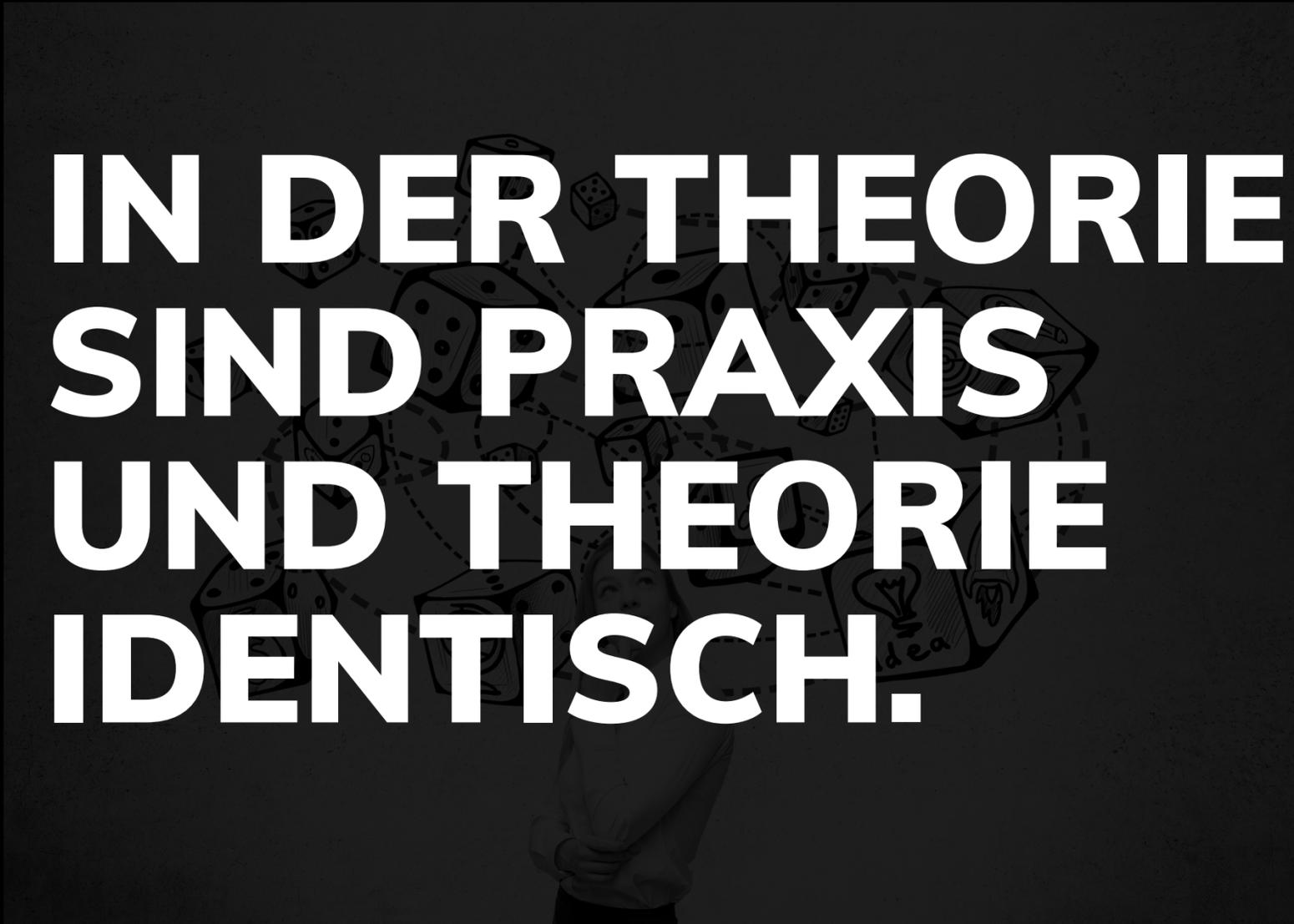
Führung

Selbstvermarktung

WANN IST PHILIP SEMMELROTH DIE RICHTIGE WAHL?

- Wenn Sie für Beratungen und die Erstellung von Angeboten bezahlt werden möchten.
- Wenn Sie Lösungen statt nur Produkte- und Dienstleistungen verkaufen wollen.
- Wenn Sie technische und erklärungsbedürftige Projekte verkaufen wollen.
- Wenn Sie Außendienstler einsetzen, die ihre Abschlussquoten verbessern wollen.
- Wenn Sie Ihren Vertriebsprozess strategisch auf Profit optimieren möchten.
- Wenn Sie weniger Angebote und mehr Auftragsbestätigungen schreiben möchten.





**IN DER THEORIE
SIND PRAXIS
UND THEORIE
IDENTISCH.**



**IN DER PRAXIS
NICHT!**

PHILIP SEMMELROTH

**TRAINIEREN SIE VERTRIEB NICHT NUR,
WENN KUNDEN DABEI SIND!**

KEYNOTES & IMPULSVORTRÄGE





**„Hartes Training,
leichtes Spiel.“**

**Zu viele Verkäufer trainieren
Vertrieb nur, wenn Kunden
dabei sind.**

**„ZU VIELE SPRECHEN NUR ÜBER DAS
WARUM. ICH ZEIGE IHNEN DAS WIE.“**



**„Menschen machen nicht,
was man ihnen sagt,
sondern, was man
ihnen zeigt.“**



Keynotes in Deutsch



TIME'S UP!



Keynotes in Englisch

Sell the result – not the process!



Philip Semmelroth

www.semmelroth.biz

ACHTUNG! AUCH 100% ONLINE



DIE TOP 3 KEYNOTES



**DIE WÄHRUNG DER
ZUKUNFT IST
AUFMERKSAMKEIT**



**RICHTIG INSZENIERT
VERKAUFEN**



**FÜR SELBSTVERSTÄNDLICH-
KEITEN GIBT ES KEINEN
POKAL**

Weitere individuelle Themen, maßgeschneiderte Konzepte und Formate besprechen wir gerne mit Ihnen.

DIE WÄHRUNG DER ZUKUNFT IST AUFMERKSAMKEIT

Wer Sie nicht kennt, kann nichts bei Ihnen kaufen! Wer sich nicht an Sie erinnert, kann Sie nicht weiterempfehlen. In dieser Keynote zeigt Philip Semmelroth Ihnen besonders erfolgreiche, praxisorientierte Strategien und wie Sie Verkaufschancen maximieren und Profite deutlich steigern.

- ➔ Schreiben Sie keine Angebote, sondern Auftragsbestätigungen.**
- ➔ Verkaufen Sie hochpreisige Produkte und Dienstleistungen einfacher.**
- ➔ Maximieren Sie als regionaler Marktführer Ihre Verkaufschancen.**

RICHTIG INSZENIERT VERKAUFEN

Wir bekommen im Leben nicht das, was wir verdienen, sondern, was wir verhandeln. Viele Menschen sind ungenügend vorbereitet. Philip Semmelroth zeigt in seiner Keynote Strategien, wie Sie mit Persönlichkeit überzeugen und Abschlussquoten nachweislich steigern werden.

- ➔ Den Auftrag bekommt der, der besser verkauft.**
- ➔ Unsichere Verkäufer vernichten mehr Umsatz als jede Wirtschaftskrise.**
- ➔ Wieso vom Azubi über den Buchhalter bis zum Geschäftsführer alle verkaufen sollten.**

FÜR SELBSTVERSTÄNDLICHKEITEN GIBT ES KEINEN POKAL

In dieser motivierenden Keynote zeigt Philip Semmelroth eindrucksvoll, wie der Schlüsselfaktor Selbstvertrauen den Leistungswillen von Menschen beeinflusst. Freuen Sie sich auf einen spannenden Perspektivenwechsel zwischen Führung, Motivation, Teambuilding und der Antwort auf die Frage: Wer hat hier (in der Firma) eigentlich das Kommando?

- ➔ Erfolg ist eine Entscheidung**
- ➔ Mit Persönlichkeit zum Alleinstellungsmerkmal**
- ➔ Vertrauen schafft Geschwindigkeit**

Lassen Sie sich Ihre individuelle Keynote erstellen:

Themen wählen

Hochpreisig verkaufen	Abschlussquoten steigern	Persönlichkeitsentwicklung
Erfolgsfaktor Mindset	Besser verkaufen	PR und Marke
Prozesse und Standards	Reputation und Empfehlungen	Motivation & Führung

Themen gewichten



Keynote genießen



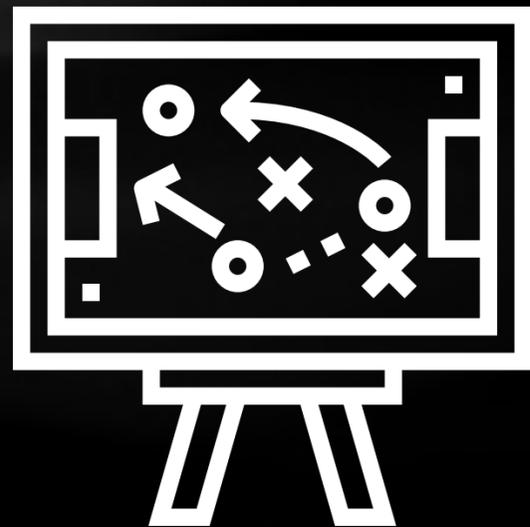


**Erfolgreich wird,
wer Rückschläge
meistert.**

Veränderte Umstände erfordern neues Denken

Die Welt hat sich verändert. Unternehmen müssen jetzt:

Vertriebsstrategien
überarbeiten!



Vertriebsprozesse
digitalisieren!



Mitarbeiter für neue
Erfahrungen vorbereiten!



MIT PHILIP SEMMELROTH WIRD DAS EINFACH!

Es gibt nur **drei Wege**, die verlorenen Umsätze wieder zu gewinnen.

Gewinnen Sie mehr Neukunden.



Steigern Sie Ihre Transaktionsvolumina.



Motivieren Sie Ihre Bestandskunden dazu, häufiger zu kaufen.



MIT PHILIP SEMMELROTH WIRD DAS EINFACH!



**„Ohne Abschlüsse ist das
beste Marketing
wirkungslos.“**

**"WER NICHT BEI DIR KAUFTE,
KAUFTE BEIM WETTBEWERB!"**



Herzlich
willkommen!

Schön, dass
Sie da sind!







„Dein Leben. Deine Regeln.“

Alles wird einfacher, wenn Sie sich weniger Gedanken darüber machen, was andere über Sie denken.

Philip Semmelroth

www.semmelroth.b

BEKANNT AUS

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN
founders

RHEINISCHE POST

WDR¹

Radio
Leverkusen

Linked **in**

Die Vertriebsmanager
Bundesverband der Vertriebsmanager e.V.

FHDW
Fachhochschule
der Wirtschaft

ONLINE
FOCUS

Rheinische
Fachhochschule
Köln

Rölner Stadt-Anzeiger

CBS INTERNATIONAL
BUSINESS
SCHOOL

iubh INTERNATIONALE
HOCHSCHULE
FERNSTUDIUM

business **on.de**
Das regionale Wirtschaftsportal

Zweifel zerstören mehr Träume als Fehler.



KUNDENSTIMMEN



OFFIZIELLE BEWERTUNGEN SEINER VORTRÄGE

(MEHR ALS 470 POSITIVE BEWERTUNGEN)



5,00 von 5
★★★★★
SEHR GUT

Empfehlung

Philip kenne ich persönlich NOCH nicht, dennoch kann ich aufgrund zahlreicher, wertvoller und realistischer Youtube Videos beurteilen, dass Philip ein exzellenter Verkaufstrainer ist. Was unterscheidet ihn von anderen VKT? Direkt und perspektivisch bringt mich Philip in eine deutlich bessere Abschlussquote und das beweist er in seinen überzeugenden Rollenspiele, welche die Realität im Detail spiegeln. Der Fokus wird auf das Wesentliche gelenkt und ich stimme Philip Semmelroth zu, wenn man eine gute Lösung hat, die man nicht verkaufen kann, ist das unterlassene Hilfeleistung. Und das ist auch in Österreich strafbar! DANKE Philip !!!

5,00 von 5
★★★★★
SEHR GUT

Empfehlung

Philip Semmelroth ist nicht nur ein leidenschaftlicher und inspirierender Redner, er bringt seinen Kunden echte Resultate. Meine klare Empfehlung!

5,00 von 5
★★★★★
SEHR GUT

Empfehlung

Ich hatte wieder einmal das großartige Privileg, Philip Semmelroth zu lauschen. Die Art und Weise, wie er die Inhalte seines Vortrages dem Zuhörer nahebringt, sind einmalig. Besonders imposant finde ich, dass Herr Semmelroth seinen Content liefert, ohne eine einzige Power-Point-Folie zu verwenden! So kann man sich als Zuhörer ausschließlich auf die wertvollen Worte Herrn Semmelroths konzentrieren und Wissen maximal "aufsaugen". Es wirkt, als würde er sein Wissen einfach so aus dem Ärmel schütteln - sehr angenehm. Ich freue mich schon auf die nächste Veranstaltung. Vielen Dank, Herr Semmelroth und alles Gute.

5,00 von 5
★★★★★
SEHR GUT

Empfehlung

Vertriebliches Knowhow wird von Herrn Semmelroth anschaulich und vor allem praxisorientiert vermittelt. Ich konnte für mich immer viel mitnehmen.

5,00 von 5
★★★★★
SEHR GUT

Empfehlung

Philip Semmelroth schafft es zu begeistern. Er vermittelt professionell, und doch spannend, Inhalte und Ideen. Er schafft es in kurzer Zeit die Zuhörer in den Bann zu ziehen. Ich bin von ihm begeistert. Michael von der Lebensfreude-Academy.

5,00 von 5
★★★★★
SEHR GUT

Empfehlung

Philip Semmelroth ist ein Umsetzungsexperte für jeden der sofort ins Tun kommen will und damit seinen Umsatz sichtbar steigern will. Er brilliert mit einer Klarheit und Redegewandtheit die atemberaubend ist.



**Erfolg ist eine
Entscheidung.**

KUNDENSTIMMEN

Poldi-electronic ist in Leverkusen. 7 Min. · 🌐
Vielen Dank an Vertriebsprofi Philip Semmelroth für die 2 Tage Vertriebsstraining in Leverkusen. Unser POLDI-Team kann jetzt die gewonnenen Impulse umsetzen, damit alle unsere Kunden das optimale Verkaufserlebnis bekommen.

Andreas Fleischmann 🙏 sehr dankbar mit Philip Semmelroth – hier: SYNAXON AG.
Gestern um 23:13 · 🌐
I ❤️ „Pitch, Sell, Close“
Du, Sinan Bilir und 10 weitere Personen
Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Mike Freiberg 😊 zufrieden.
3. Februar · 🌐
Nach ner kleinen 30 tätigen unfreiwilligen Facebook Pause nun endlich wieder zurück.
In der Zeit habe ich natürlich eine Menge erlebt neue Eindrücke gesammelt und Wissens Mehrwerte erhalten!
Ich kann nur sagen es war ein Atemberaubendes Seminar Wochenende vom 26-27. Januar mit dem Master mind Philip Semmelroth und den Gast Auftritten von Steffan Weigelt!
Man nimmt auf jeden Fall etwas mit für sich ich kann es echt nur jedem empfehlen 🙌
Dieses Wochenende dominiert leider die Grippe meine Tages Gestaltung aber das geht auch vorüber

Thomas Metzlaw
52 Min. · 🌐
Zwei tolle Tage mit Philip Semmelroth. Hat sehr viel Spaß gemacht und absolut zu empfehlen.
IWM Informationstechnik GmbH
3 Std. · 🌐
Zweite Halbzeit des spannenden Trainings mit dem Vertriebsexperten Philip Semmelroth.

Richard Grotz ist mit Steffen Hager und Philip Semmelroth unterwegs. 24 Min. · 🌐
Geniales Seminar, spannende Vorträge, hilfreicher Praxisteil, spitzen Speaker, absolut Empfehlenswert! Ich habe viel mitgenommen, werde Tage brauchen das alles nachzuarbeiten. Aber das wird sich lohnen, wir können jetzt Kunden noch besser abholen und noch besser betreuen. Vielen Dank Philip Semmelroth!

Dino Bordonaro
February 19 at 6:45 PM · 🌐
Top Schulung mit Philip Semmelroth!
Top Location, Top Trainer, Top Teilnehmer.
Ich komme immer wieder gerne 😊

Peter Jarecki hat einen Beitrag geteilt. 20. September um 19:09 · 🌐
Denke das Beste Seminar, welches ich persönlich hatte
Informativ, innovativ, aber auch unterhaltend!

„Ich weiß nicht wo Dein Liebling ist. Aber ich werde zeigen, wo er nicht ist!“
Philip Semmelroth

Philip Semmelroth
www.semmebroth.biz

Kommentieren ...

PHILIP SEMMELROTH

KUNDENSTIMMEN



Schneller zum Ziel.
Innovativ - Modern - Erfahren

B+D Datentechnik GmbH Lübbecker Straße 211 32584 Löhne

Philip Semmelroth
Von-Diergardt-Straße 9

51375 Leverkusen

Löhne, 19.11.2019

Referenz zur Schulungsmaßnahme Vertrieb

Seit fast 30 Jahren entwickeln und vertreiben wir innovative IT-Lösungen für den Handel und die Industrie.

Am 17.05. und 18.05.2019 besuchten wir zusammen mit der Firma IWM Informationstechnik GmbH aus Plettenberg ein Seminar bei Herrn Philipp Semmelroth zum Thema „Infrastrukturanalysen. Das Seminar richtete sich in erster Linie an die Techniker und Consultants unserer Unternehmen.

Es gelang Herrn Semmelroth in hervorragender Weise sämtliche Teilnehmer, trotz unterschiedlicher Vorkenntnisse und Erwartungshaltungen, abzuholen. Durch seine lockere und interaktive Art der Seminarführung sorgte Herr Semmelroth dafür, dass die Inhalte bei allen Teilnehmern als gut verständlich wahrgenommen wurden.

Das gesamte Seminar gestaltete sich sehr kurzweilig. Abschließend können wir, auch im Namen unserer Kollegen von IWM, sicherlich sagen: Ein Seminar mit Philip Semmelroth – gerne wieder!

B+D Datentechnik GmbH

Thomas Dammeler
Geschäftsführer

Sitz der Gesellschaft Löhne
Amtsgericht Bad Oeynhausen
HRB 2145
Sparkasse Herford BLZ 494 501 20 Konto 240 970 004 IBAN DE34 4945 0120 0240 9700 04 BIC WLAHDE44XXX
Volksbank Bad Oeynhausen-Herford eG BLZ 494 900 70 Konto 706 452 500 IBAN DE58 4949 0070 0706 4525 00 BIC GENODEM1HFV

Geschäftsführer/-in
Thomas Dammeler
Kirsten Grotegut

info@bd-datentechnik.de
www.bd-datentechnik.de

Telefon 05732 974040
Telefax 05732 974069

B+D Datentechnik GmbH
Lübbecker Straße 211
32584 Löhne



SOFTWARE
ENTWICKLUNG
SCHULUNG
SUPPORT
IT-LÖSUNGEN

Horst Klaes GmbH & Co. KG * Wilhelmstr. 85-87 * 53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler

An die
C&S - Computer und Service GmbH
Herrn P. Semmelroth
Von-Diergardt-Str. 9
51375 LEVERKUSEN
DEUTSCHLAND

Bad Neuenahr - Ahrweiler, 22.02.2017

Referenz zum Vertriebsstraining am 14.11.2016

Guten Tag Herr Semmelroth,

- Aus der Praxis für die Praxis -

Sie dem onstrierten unseren Verkäufern eindrucksvoll, wie die (Kunden)-Spreu vom -Weizen getrennt wird und man mit Ehrlichkeit, Direktheit und auch ein wenig Frechheit schneller zum Ziel kommt. Dazu sind Sie authentisch, nett und erfrischend anders. Der Tag hat sich auf jeden Fall gelohnt und es wird nicht das letzten Training von Ihnen für uns gewesen sein.

Vielen Dank!

Herzliche Grüße aus dem Ahrtal nach Leverkusen sendet Ihnen
Horst Klaes GmbH & Co. KG

ppa. Markus Klaes
02641/909-1630 | m.klaes@klaes.com

Horst Klaes GmbH & Co. KG
We organize business - enjoy IT
Wilhelmstraße 85-87
D-53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler

Fon +49(2641) 909-0
Fax +49(2641) 909-2000
E-Mail welcome@klaes.com
Internet www.klaes.com

Kreissparkasse Ahrweiler: Konto 205 302, BLZ 577 513 10
IBAN DE91 5775 030 0000 2053 02, BIC MALADE33HAN
Volksbank RheinAhrEifel: Konto 652 247 500, BLZ 577 615 91
IBAN DE70 5776 1591 0652 2475 00, BIC GENODE33BNA
Deutsche Bank: Konto 200 805 000, BLZ 380 7100 24
IBAN DE69 3807 0024 0200 8050 00, BIC DEUTDE33HAN

Geschäftsführer:
Miriam Berzen, Lars Klaes
KG Amtsgericht Koblenz, HRA 12578
Persönlich haftende Gesellschaft:
Horst Klaes Verwaltungs-GmbH
AG Koblenz HRB 13761, UST-ID: DE18131666



Syskonzept - Oberweg 40 - 82024 Taufkirchen - Deutschland

C&S - Computer und Service GmbH
Herrn Semmelroth
Von-Diergardt-Straße 9
51375 Leverkusen

syskonzept
Crusius, Schaller GbR
Oberweg 40
82024 Taufkirchen
Tel.: 089 / 20 500 100
Fax: 089 / 20 500 111
Office@syskonzept.de
www.syskonzept.de

Taufkirchen, 30.01.2017

Referenz zum Vertriebsstraining am 27.01.2017

Sehr geehrter Herr Semmelroth,

wir waren begeistert von Ihrem Vertriebsstraining. Man merkt sehr schnell, dass Sie für dieses Thema leben und sich schon lange damit befassen.

Es war geprägt von einer Tiefe, die sich durch sehr starken Praxisbezug auszeichnet. Sie verstehen es, durch Ihre feinfühligkeit, zeitnah und gekonnt auf jede Frage einzugehen. Das bringt schnell frischen Wind in die Themen und hilft sich von alten Mustern zu lösen.

Besten Dank für diese sehr informative und belebende Erfahrung.

Mit freundlichen Grüßen

A. Schaller

Andreas Schaller
Geschäftsführer

Geschäftsführer:
Alexander Crusius
Andreas Schaller

HypoVereinsbank UniCredit München
IBAN: DE39700202700659
SWIFT-BIC: HYVEDE33XXX

Amtsgericht München
Umsatzsteuer-ID: DE 232215668

Menschen freuen sich über Inspiration. Doch sie wünschen sich Ergebnisse.





KUNDENSTIMMEN



IT & Service Pfenninger GmbH
Marktplatz 5 – 91710 Gunzenhausen

An
Philip Semmelroth

27.07.2020

Vielen Dank für deine Impulse

Lieber Philip,

ich möchte mich bei dir noch einmal bedanken für deine Impulse, die du mir mit jedem deiner Seminare zuhauf gibst.

Ich war schon auf einigen deiner IT-Seminare und jedes einzelne hat mich nach vorne gebracht. Sei es mehr Freizeit, mehr Umsatz bzw. Ertrag, weniger verlorene Nerven mit Mitarbeitern oder einfach nur mal wachgerüttelt.

Nach deinem letzten Seminar konnte ich bereits nach 6 Wochen den Ertrag fünfmal rein holen durch zusätzliche Verkäufe, die ich sonst nicht gemacht hätte.

Vielen lieben Dank.

Mit freundlichen Grüßen

Tobias Pfenninger

IT & Service Pfenninger GmbH
Marktplatz 5
91710 Gunzenhausen

www.pfenninger-it.de
Tel. 09831 – 68391-0
Fax. 09831 – 68391-16
info@pfenninger-it.de

Geschäftsführer: Tobias Pfenninger
Amtsgericht Ansbach
USt-IdNr. DE327682797
Ansbach A HRB 7142



Michgehl & Partner GmbH An den Bahngleisen 6 48356 Nordwalde

Philip Semmelroth
Von-Diergardt-Straße 9

51375 Leverkusen

17. September 2019

Empfehlungsschreiben

Wir haben Philip Semmelroth öfter als Speaker auf Events oder als Referent in offenen Seminaren erlebt und uns 2018 entschlossen, ihn intern für die Weiterbildung unseres Vertriebsteams zu buchen. In einem initialen Briefing haben wir uns über die Ausgangssituation qualitativ und quantitative Gedanken gemacht und zusammen eine auf unsere Bedürfnisse ausgerichtete Trainingsmaßnahme definiert.

Die Michgehl & Partner GmbH ist ein deutschlandweit agierendes Unternehmen mit Vertriebsmitarbeitern in Nordwalde, Düsseldorf und München. Unser Vertriebsteam besteht aus höchst unterschiedlichen Charakteren mit ihren jeweiligen Stärken und Schwächen. Philip Semmelroth ging auf jeden Teilnehmer individuell ein, gab praxisrelevante Tipps und Handlungsempfehlungen, um den Verkaufserfolg zu steigern. Bereits nach dem ersten Training konnten wir bei einigen Mitarbeitern eine deutliche Leistungs- und Motivationsveränderung feststellen.

Besonders gut gefallen hat uns zum einen, dass es klare „Hausaufgaben“ für die Zeit zwischen den Trainingstagen gab, an denen jeder individuell arbeiten sollte. Zum anderen, dass die Mitarbeiter diese so gewissenhaft bearbeitet haben, weil der Mehrwert für alle deutlich erkennbar war. Die Feedbacks der Mitarbeiter zum Training waren ausnahmslos positiv. Semmelroth versteht es, Menschen zu begeistern und kann relevante Inhalte didaktisch gekonnt vermitteln.

Mit freundlichen Grüßen

Dipl.-Kfm. Holger Esseling
Geschäftsführer

Michgehl & Partner GmbH
An den Bahngleisen 6
48356 Nordwalde
Niederlassungen:
Nordwalde, Düsseldorf, München

T +49(0)2573 93 83 - 0
F +49(0)2573 93 83 - 73
service@michgehl.de
www.michgehl.de
www.facebook.com/michgehl

Amtsgericht Steinfurt HRB 2851
Geschäftsführer:
Franz-Josef Michgehl
Holger Esseling
Steuer-Nr. 311/5810/1183

Volksbank Greven
IBAN: DE84 4006 1238 8615 0287 00 BIC: GENODEM1GRV
Kreissparkasse Steinfurt
IBAN: DE25 4035 1060 0007 0234 68 BIC: WELADED1STF
Gläubiger-ID: DE68220000210593



Seite 1 | 1

20.03.2019

Referenzschreiben

Seit fast 50 Jahren entwickeln wir innovative IT-Lösungen, die unseren Kunden die reibungslose und transparente Steuerung von Unternehmensprozessen ermöglichen. In unserem Kernzielmarkt Energie- und Wasserwirtschaft begleiten wir Versorgungsunternehmen mit individuell abgestimmter Software sowie umfassenden Dienstleistungen durch die Energiewende. Hier zählen wir genauso zu den Marktführern wie im Geschäftsbereich Governance, Risk & Compliance, in dem sowohl mittelständische Unternehmen als auch namhafte, international agierende Konzerne auf unsere professionelle und moderne Software setzen.

Als Softwarehersteller und Lösungsanbieter verfolgen wir vor allem das Ziel, dass die Prozesse unserer Kunden störungsfrei und kostenoptimiert laufen. Selbst komplexe Abläufe sollen einfach handhabbar sein.

Um diesem Anspruch weiterhin gerecht zu werden, hielt Herr Martin Semmelroth im Jahr 2018 in unserem Haus für den Bereich IT-Services zwei mehrtägige Seminare zum Thema „Produktentwicklung und Vermarktung von gemanagten Lösungen“.

Er konnte sich dabei sehr schnell in unsere Bedürfnisse einarbeiten und die Schwachstellen erkennen.

Besonders profitieren konnten wir von seinen praxisnahen Erfahrungen mit solchen Produkten und seiner Fähigkeit, bereichsübergreifend viele verschiedene Ansprechpartnern von Technik bis Management für die neuen Strategien zu begeistern.

Nach einer gemeinsamen strukturierten Kunden- und Produktanalyse war es uns möglich, Schwachstellen bei bestehenden Produkten auszumerkeln, sowie neue, passende Produktergänzungen zu entwickeln, welche zwischenzeitlich den Status der Marktreife erreicht haben und für das aktuelle Geschäftsjahr bereits erste Erlöse beisteuern.

Herr Semmelroth überzeugte uns bei den Gesprächen mit einer frischen und teilweise unkonventionellen Denkweise, was uns die Möglichkeit bot, den Blickwinkel zu ändern. Durch die lockere und interaktive Art der Seminardurchführung waren die Inhalte für alle Beteiligten gut verständlich und kurzweilig.

Für Rückfragen stehen wir gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

SCHLEUPEN AG

ppa. Mario Haas
Direktor IT-Services

i.V. Tobias Mannherz
Bereichsleiter IT-Services

Schleupen AG
Otto-Hahn-Straße 20
76275 Ettlingen
Tel +49 (0) 7243 321-0
Fax +49 (0) 7243 321-1901
HRB 709800
Amtsgericht Mannheim
USt-IdNr. DE 205539642

Vorstand:
Dr. Volker Kruschinski (Vorsitzender)
Dr. Ekkehard Rosien
Aufsichtsratsvorsitzender:
Tomas Mieleit

Bankverbindung
Baden-Württembergische
Bank Karlsruhe
IBAN DE27 6005 0101 0004 0232 27
BIC SOLADEST600
Sparkasse Paderborn-Detmold
IBAN DE28 4765 0130 0061 0025 49
BIC WELADED3XXX (Detmold)

schleupen.de

ACHTUNG! AUCH 100% ONLINE



ACHTUNG! AUCH 100% ONLINE



Mit einem umfangreich ausgestatteten Streaming Studio mit exzellentem Ton und professioneller Videotechnik inkl. Greenscreen lassen sich Vorträge, Workshops, Trainings und Einzelcoachings kurzfristig organisieren, abwechslungsreich und nachhaltig umsetzen.

ACHTUNG! AUCH 100% ONLINE

Vor allem für mehrteilige Events war es mir wichtig, sicherzustellen, dass ich kurzfristig, schnell und wirksam mit den Teilnehmern arbeiten kann.

Denn gerade Vertriebsstrainings mit Follow-up-Sessions sind aktuell sehr gefragt und sinnvoll.



ACHTUNG! AUCH 100% ONLINE

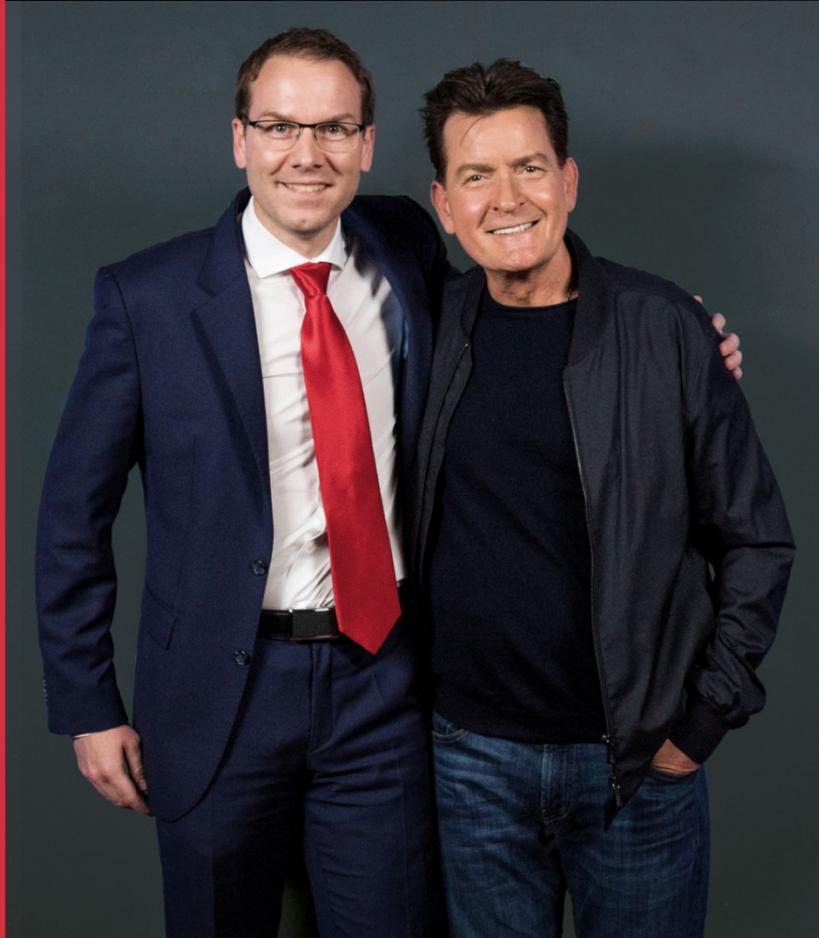


Wie in meinen Live-Vorträgen versuche ich auch bei Online - Events immer, das Publikum aktiv mit einzubinden.

Daher nutze ich zahlreiche Kameras und Monitore, um nicht nur alle Teilnehmer jederzeit zu sehen.

Sondern durch Positionswechsel auch die Dynamik der Live-Events oder die Arbeit mit einem Flipchart erlebbar zu machen.

**WER SIE NICHT KENNT, KANN
NICHTS BEI IHNEN KAUFEN**



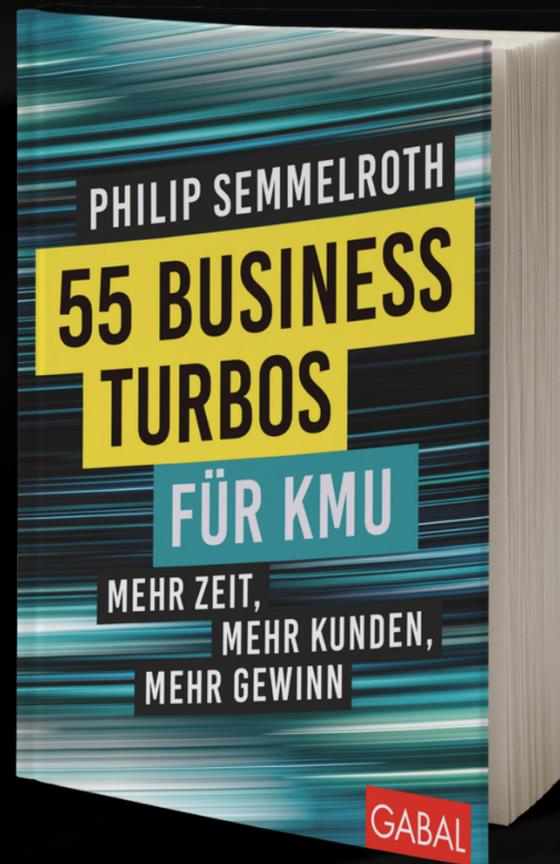
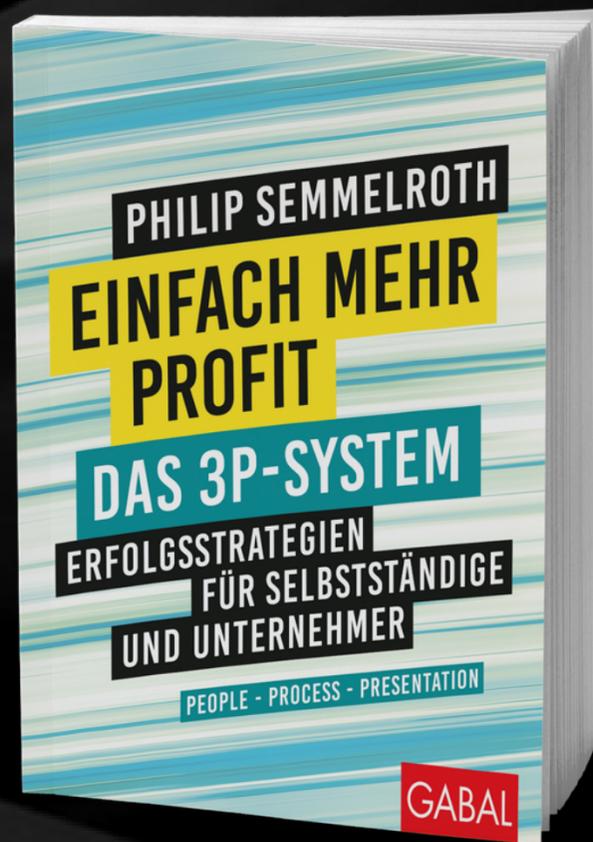
„Von den Besten lernen“



**"DIE FÄHIGKEITEN, KUNDEN ZU BEGEISTERN, WIRD
VOR ALLEM IN ZEITEN DER DIGITALISIERUNG ZUM
WETTBEWERBSVORTEIL WERDEN."**

- Philip Semmelroth

**EIN EXPERTE, ZWEI BÜCHER,
HOLEN SIE SICH BEIDE.**





PRESSESTIMMEN

GFC-Gruppe kauft Systemhaus C&S

Wertsteigernd, wenn kein Chef vor Ort

Mit der Übernahme von C&S aus Leverkusen holt sich die GFC-Gruppe aus Köln ein auf Managed Services spezialisiertes Systemhaus ins Boot. Dessen Kapitän segelte sowieso in fernen Ländern, übergibt nun ein prosperierendes Systemhaus – trotz Corona und eines Chefs, der sich überflüssig machte.

Martin Fryba | Bei einem gemeinsamen Kunden sind die Geschäftsführer der Systemhausgruppe GFC aus Köln erstmals auf den Wettbewerber C&S Computer und Service aus Leverkusen aufmerksam geworden. Es folgten erste lose Gespräche, ein konkreteres Zoom-Meeting, eine Einladung nach Hause zu C&S-Inhaber Philip Semmelroth und ein paar Wochen später ist man sich schließlich im Büro von GFC handelseinig geworden und hat Details für den Notarvertrag geklärt. Fast auf den Tag genau zum 10. Firmenjubiläum der Holding besiegelten deren Geschäftsführer Frank Eismann, Thomas Labuhn und Christoph Hinseln mit Semmelroth den Deal. Das IT-Systemhaus C&S ist nun die siebte Akquisition der GFC Management- und Beteiligungsgesellschaft. Zehn neue Mitarbeiter arbeiten fortan unter dem Dach der aus mittelständischen IT-System- und Bürokommunikationshäuser bestehenden Holding.

Die C&S-Angestellten bekommen einen neuen Chef. Semmelroth scheidet aus, wie alle Inhaber, die ihr Unternehmen an GFC verkauft hatten. Eine Besonderheit, denn andere Holdings lassen personelle Chef-Kontinuität walten – zumindest eine Zeit lang. Doch wenn der Chef nicht mehr will oder gar nicht mehr weitermachen kann?

Kein Notverkauf

Manch einer in der IT-Branche hielt Semmelroth beim Blick auf seine vielen Postings von den



Dass beide Manager für Vertrieb und Prozessautomation brennen und noch dazu beide aus Leverkusen kommen, hat den Deal erheblich beschleunigt: Philip Semmelroth (C&S) und Christoph Hinseln (re.), Geschäftsführer der GFC Management- und Beteiligungsgesellschaft

GFC-Besonderheit: personelle Chef-Kontinuität gibt es nicht nach dem Verkauf

nicht verkaufen», sagt Semmelroth im Gespräch mit ICT CHANNEL. Es sei keinesfalls ein »Frust- oder Notverkauf« als Folge des Lockdowns gewesen. Im Gegenteil. »Dass ich den Verkauf meines Unternehmens in dieser Zeit zu so einem attraktiven Preis machen konnte, beweist halt, dass meine Firma funktioniert hat.«

Es dürfte dem Käufer GFC imponiert haben, wie ein IT-Unternehmer aus der Ferne sein Systemhaus habe steuern und noch im Juni neue MSP-Verträge im Gesamtwert von fast 180.000 Euro verkaufen können, wie Semmelroth seine Leidenschaft für den Vertrieb mit Zahlen unterstreicht. Seine gelebte Führung aus der Distanz unter dem Motto: »Der Chef macht sich zum wichtigsten Mitarbeiter des Tagesgeschäfts, gibt aber die roten strategischen Linien vor«, ist derjenigen der GFC-Chefs nicht unähnlich.

Digitalisierung des Mittelstands

»Wir sitzen weniger am Schreibtisch, sondern sind viel mehr beim Kunden vor Ort, sind also sehr aktiv im Vertrieb«, kommentiert Frank Eismann die Arbeitsweise der Holding-Geschäftsführer. Seit Jahren schon arbeiten sie unter dem GFC-Dach an der Konvergenz von IT-Systemhaus und Bürofachhandel. Semmelroth soll nun als Berater für Prozessoptimierung mithelfen, die bei C&S etablierten und bewährten Strukturen in die Gruppe zu tragen und GFC als »digitalen Infrastrukturdienstleister für den Mittelstand« zu stärken.

Die Einzelunternehmung bis hin zu Firmen mit bis zu 500 PC-Arbeitsplätzen stehen im Fokus von GFC. Vertragsgebundenes Dienstleistungsgeschäft ist die Zukunft, das »qualitative Beschnutzen von Papier mittels viereckiger japanischer Kisten«, wie Eismann das Drucker- und Kopiererergeschäft bezeichnet, »geht zu Ende«. Hardware sei nur »Mittel zum Zweck«.

Weltbühnen schon lange für einen Phantom-Systemhaus-Chef. Mancher Unternehmerkollege, der allein mit der Transformation seines Systemhauses zum MSP nun in der Corona-Krise erst recht hart zu kämpfen hat, spricht hinterücks gar von Semmelroths Tanz auf allen Hochzeiten, der zum Totentanz eines sich verzettelten Systemhaus-Unternehmers werde. Semmelroth, der erfolgreiche IT-Unternehmer, der mit viel Selbstbewusstsein Erfolgsrezepte verkauft?

Das bringt den 40-Jährigen dann doch zum Lachen. »Mit deutlich über 500.000 Euro freier Liquidität auf dem Konto musste ich

Mit GFC im Rücken können C&S-Mitarbeiter nun am »nächsten Baustein für ein harmonisches und erfolgreiches Wachstum« bauen, wie die Holding auf ihre »solide wirtschaftliche Ausgangssituation« hinweist. Man wolle 250.000 Euro in die Aus- und Weiterbildung bei den sieben Beteiligungen investieren, sagt GFC-Geschäftsführer Christoph Hinseln. Multi Cloud ist für ihn ein »riesiger Markt«, da habe man noch Nachholbedarf, sagt er.

Semmelroth musste in der Vergangenheit seine Techniker hier noch bremsen, da er mit limitiertem Fachpersonal aus C&S keinen Von-allem-ein-bisschen-Dienstleister machen wollte. »Wir machen ein paar Sachen nicht, wie

GFC will 250.000 Euro in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter investieren

Hybrid Cloud und somit komplexe Cloud-Strukturen oder Datenschutz. Das kann man nicht nebenbei machen«. Gleichwohl brennen Techniker, die nicht nur im IT-Monitoring vor Bildschirmen ihre Erfüllung sehen, für Innovationen wie Cloud. »Ich musste sicherstellen, dass meine Mitarbeiter vor technologische Herausforderungen gestellt werden«, beschreibt Semmelroth den Weg, den seine Techniker künftig gehen wollen. Ihre Motivation deckt sich mit Hinselns Plänen, sie künftig an die Werkbank der Hyperscaler zu setzen und mit dem einen oder anderen Startup zu vernetzen.

CAS-Tec beispielsweise, ein auf Digitalisierungslösungen für den

Maschinen- und Anlagenbau spezialisiertes junges Unternehmen aus dem Ruhrgebiet, an dem sich GFC kürzlich beteiligt hat. Das Startup will CAD-Konstruktionspläne in ein intelligentes DMS überführen, sodass Ingenieure neue Baugruppen aus bereits vorhandenen Vorlagen verwenden können und das »Rad nicht immer wieder neu erfinden müssen«, erläutert Hinseln.

Solange es nur ein Rad ist, würde Philip Semmelroth ihm da zustimmen. Sich selbst erfindet er dagegen immer wieder neu. Nun also ganz Speaker statt Systemhaus. In die Kostenliste der fünfstellig zu buchenden Redner hat er es schon einmal geschafft. ■

CRN-INTERVIEW

»Narzissen und Neider kümmern mich nicht«

Wir wollten genauer wissen, ob denn nicht doch das Finanzielle letztlich den Ausschlag gab, warum Philip Semmelroth sein Systemhaus verkauft hat und sich auf ein neues, lukrativeres Gewerbe verlegt.

Martin Fryba

ICT CHANNEL: In Corona-Zeiten ist die Liquidität mancher Systemhäuser angespannt, Projektgeschäfte verschieben sich, auch MSP-Verträge haben längere Verkaufszyklen. Wir haben bereits den ein oder anderen Notverkauf gesehen, den Sie, wäre es einer, so natürlich nicht nennen würden, oder?

Philip Semmelroth: Ich habe allein im Juni 2020 für 179.726,40 Euro MSP-Verträge verkauft, zum Übergabezeitpunkt mitten in Corona mehr als eine halbe Millionen an Cash auf dem Konto gehabt. Ich musste nicht verkaufen, aber ich konnte es. Denn solide Firmen mit Potenzial finden zu jederzeit Käufer.

ICT CHANNEL: Und der Kaufpreis?

Semmelroth: Der steigt massiv, wenn der Nachweis erbracht ist, dass die Firma ohne »Chef vor Ort« funktioniert und Mitarbeiter mit System Ergebnisse erreichen.

ICT CHANNEL: Wir schätzen das Sechsfache des Gewinns vor Steuern und Zinsen. Ganz heiß oder kalt?

Semmelroth: Ich war nie gut in Mathe. Aber wie bei der Mengenlehre muss man immer alles berücksichtigen, auch die nicht monetär messba-



»Wenn Du nach Steuern noch 7-stellig bist, ist es doch bestens gelaufen.«

Philip Semmelroth
C&S-Inhaber

ren Mehrwerte. Lassen Sie es mich so sagen: Wenn Du nach Steuern noch 7-stellig bist, ist es doch bestens gelaufen. Dann ist der Proof of Concept doch für die zweite Karriere mehr als erbracht.

ICT CHANNEL: Warum reizt Sie eine Karriere als Speaker?

Semmelroth: Ich arbeite schon länger mit internationalen Firmen, Finanzdienstleistern und anderen, die wirklich aktiv verkaufen. Speaking ist nur der Türöffner für Beratungsprojekte. Firmen müssen vertriebsfokussiert aufgestellt werden, und um das zu erreichen, muss die Umsetzung begleitet werden. Dafür brenne ich. Das will ich noch intensiver machen.

ICT CHANNEL: Ein Narzisst wirft einem Narzissen Selbstdarstellung auf der Bühne vor. Welcher von beiden sind Sie?

Semmelroth: Unternehmertum und Speaking sind die zwei größten Hebel für die Persönlichkeitsentwicklung, die ich kenne. In beiden Disziplinen braucht man Mut, Hang zur Selbstdarstellung und die Fähigkeit, Menschen begeistern zu können. Manche glauben, dass sie das mitbringen, viele hätten es gerne. Doch am Ende zählt nur, was der Kunde denkt. Und das führt bei mir zu wiederholten Aufträgen. Narzissen und Neider, die es noch viel mehr gibt, kümmern mich nicht. Ich fokussiere mich mehr auf relevante Inhalte für das Publikum.

PRESSESTIMMEN

So bringen Vertriebler Ihr Unternehmen in unsicheren Zeiten nach vorne

Krisen sind nichts Exotisches. Obwohl Corona ein ganz besonderer Fall ist, können Unternehmen immer mal wieder in heikle Fahrwasser geraten – ob selbst gemacht oder durch externe Faktoren. Egal, um welche Erschütterung es sich handelt, folgende Wahrheit rüttelt wach: Hoffnung ist keine Überlebensstrategie. Tobt der Sturm, dürfen Kapitän und Mannschaft nicht die Köpfe einziehen und abwarten. Vielmehr gilt es, alle Power in den Vertrieb zu stecken und die Vertriebler zu stärken.

VIEW: 1.046 KOMMENTIEREN: 0



Philip Semmelroth
Coach, Key Note Speaker



VERTRIEBS ZEITUNG

by SUXXEED
SALES FOR YOUR SUCCESS



Gute Vertriebler haben die Macht, Kunden zum Kaufen zu bewegen und sie zu halten und zu sichern.
© peterschreibermedia/stock.adobe.com

Gute Verkäufer haben die Macht, Unternehmen zu retten. Nur sie können Kunden dazu bewegen, Geld in die Kassen zu spülen und nicht zum Wettbewerb zu driften. Wenn Vertriebler folgende Tipps umsetzen, sichern sie nicht nur das Überleben der eigenen Firma, sondern verhelfen ihr vielleicht sogar zu Eroberung neuer Landschaften.

In sensiblen Zeiten haben Kunden ihren Bedarf nicht wirklich verändert – sondern lediglich neu priorisiert. Existenzängste, finanzielle Engpässe und Schadensbekämpfung stehen derzeit ganz oben in der Sorgentabelle. Auch die Sehnsucht nach Wachstum hat sich verschoben. Einige Abnehmer verfallen in Schockstarre, minimieren die Ausgaben oder tauchen erst in vielen Monaten mit neuen Problemen wieder auf.

ERFOLG magazin

ERFOLG MAGAZIN



FÜHRUNG & MANAGEMENT

Business-Turbos für beruflichen Erfolg: So starten Unternehmer in Rekordzeit durch

VERÖFFENTLICHT AM 22. FEBRUAR 2021 VON REDAKTION

Wer als Unternehmer Erfolg haben will, braucht praxisnahe Lösungen, um sein Geschäft täglich auf Kurs zu halten und gleichzeitig für die Zukunft gut aufzustellen. Philip Semmelroth hat 55 Business-Turbos für KMU entwickelt, die erfolgreiche Geschäfte in Rekordzeit garantieren. Sie basieren auf seinem Erfahrungsschatz als Unternehmer und Unternehmensentwickler. Fünf dieser praxiserprobten Turbos lesen Sie hier in aller Kürze – die vollständigen Tipps und noch 50 weitere finden Sie in seinem aktuellen Buch.

PRESSESTIMMEN

So wecken Unternehmen in unsicheren Zeiten die Kauflust

Das kauf ich mir.

© knallgrün / photocase.de

10. August 2020

Ein Gastbeitrag von Philip Semmelroth

MEHR ZUM THEMA - Vertrieb

Der Gastautor



Philip Semmelroth ist Unternehmer, Speaker

Die Corona-Krise hat Kunden zutiefst verunsichert. Die Folge: Konsumverzicht. Wer die Kauflust wieder wecken will, muss Kunden Sicherheit vermitteln. Aber wie? 6 Tipps vom Verkaufsprofi.

In der Krise fahren viele Menschen den Konsum runter: um Geld zu sparen, aber auch, um Orientierung zu finden und sich selbst zu beruhigen. Wie aber kann man mit ängstlichen Kunden umgehen? Das wissen auch viele Unternehmen nicht – sie beschränken sich aufs Hoffen, der Sturm möge so schnell wie möglich vorüberziehen.

Doch Hoffnung ist keine Strategie: Es geht ums Umsetzen. Firmen können viel mehr tun, als sie glauben, um die Kauffreude zu stärken – indem sie ihren Vertrieb anpassen und alle Power in den Verkauf legen. Unternehmen, denen es gelingt, ihre Kunden aufzufangen, sichern so nicht nur ihr Überleben, sondern erobern auch neue Marktanteile. Die folgenden 6 Tipps helfen, die Unsicherheit der Kunden zu bekämpfen.



Philip Semmelroth, Unternehmer, Diplomkaufmann u. MBA (USA) gibt KMUs hilfreiche und erprobte Tipps zu den drängendsten Fragen des Unternehmens wie Profitabilität und Prozesse, Kundengewinnung und Wachstum

BUSINESS-TURBOS FÜR KMU

Mehr Zeit, mehr Kunden, mehr Gewinn

Rund 90 Prozent der Unternehmen in Deutschland haben weniger als zehn Mitarbeiter. Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) bilden somit das Rückgrat unserer Wirtschaft. Um ihr Business täglich auf Kurs zu halten und zukunftsfähig aufzustellen zu können, brauchen Inhaber nicht nur in Krisenzeiten praxisnahe Lösungen.

Wer ein Geschäft erfolgreich führen will, muss klug planen und effizient umsetzen. Nun haben die pandemiebedingten Lockdowns Unternehmen in den Rückzug gezwungen. Viele setzen ihre Hoffnung auf Zukunft in die reine Digitalisierung. Doch

schon bald werden sie erkennen, dass „online sein“ allein keine Erträge bringt. Daher gilt, die Durststrecke aktiv zu nutzen, um sich selbst infrage zu stellen: Was haben wir die letzten Jahre eigentlich gemacht? Was hat in der wirtschaftlichen

Blüte geklappt? Und was alles wirklich so gut, um fortgesetzt zu werden? Viele Betriebe überleben die Krise nur, weil sie Rücklagen haben. Unternehmerregel Nummer eins lautet daher: Polster schaffen. Konkret bedeutet das in den ersten Jahren: viel Arbeit, wenig Privatentnahmen. Geld auf dem Konto ist wie Proviant im Laderaum auf hoher See. Damit reist es sich erheblich entspannter. Wer keinen Puffer hat, war nie wirklich profitabel. Hier gilt in der Krise erst recht: Vertriebsprozesse hinterfragen, Abläufe optimieren, Geschäftsfelder prüfen, erweitern oder schließen. Denn nur Profit schafft Entscheidungsspielraum.

Fokus auf EPAs

Um sich ein Polster anzulegen, brauchen Inhaber klaren Fokus. Denn Unternehmer können niemals alles schaffen. Trotz Toporganisation wird der Chef nie alles erledigen können, was er gerne tun würde. Inhaber müssen Kompromisse eingehen. Dabei hilft der Fokus auf „Einkommensproduzierende Aktivitäten“ (EPA). Wer ohnehin nicht alles schaffen kann, entscheidet danach, ob eine Aufgabe mit finanziellem Mehrwert verbunden ist. Ist das der Fall, bekommt die Aufgabe hohe Priorität. Ist sie es nicht, spart es Kosten, wenn der Chef sie delegiert. In einer Stunde, in der der Unternehmer eine Fachkraft für den Job beauftragt, kann er hundert andere Tätigkeiten finden, die ihm mehr Euro einbringen. Viele sträuben sich gegen diese Sichtweise. Doch „selbst machen“ ist kein Wert an sich, egal, ob es um Paniermehl, den Hausputz oder ein Protokoll geht. Manchmal ist es einfach nur dumm. Typische Gegenargumente wie „Das muss man sich erst mal leisten können“ oder „Es geht doch nicht immer nur ums Geld“ sind im Business einfach nicht stichhaltig.

Lösungen verkaufen – Relevanz ist wichtiger als Erfahrung

Viele KMU kämpfen noch immer mit der digitalen Umgestaltung. Natürlich spüren sie die Online-Affinität der Kunden. Selbst die letzten „Ich kaufe lieber im Laden“-Verfechter haben inzwischen erkannt – oder erkennen müssen –, dass sich vieles online beschaffen lässt. Daher müssen Firmen zukünftig viel mehr den Lösungsverkauf forcieren, als an vorhandenen Pro-

www.diewirtschaft.koeln.de

dukten festzuhalten. Lösungsverkauf ist anspruchsvoller, doch er sichert auch höhere Margen und führt zu stärkerer Kundenbindung. Vorteil vom Lösungsverkauf ist auch, dass KMU im großen Markt mitspielen können. Die weltweit beste Info-Website zu Corona-Zahlen stammt nicht von der WHO oder einer nationalen Gesundheitsbehörde, sondern von einem 17-jährigen Schüler aus Seattle: Avi Schiffman. Er begann schon im Dezember 2019, eine Seite zu programmieren, die weltweit seriöse Quellen abschöpft und die Fallzahlen automatisch aktualisiert. Die Zugriffe auf die Seite wuchsen schnell auf mehr als 700 Millionen. Wenn ein Gymnasiast schafft, was große Apparate mit Jahrzehntelanger Erfahrung nicht hinkommen, kann auch ein unternehmerischer Einzelkämpfer in Rekordzeit nach oben schießen – wenn er die digitalen Möglichkeiten mit den Bedürfnissen der Kunden zu einer klugen Lösung kombiniert.

Die Wertigkeit des Angebots richtet sich nicht mehr danach, wie lange Betriebe schon etwas machen, sondern wie nah sie an der Materie sind. 30 Jahre Erfahrung im analogen Vertrieb bedeuten nichts mehr. Mit Lösungen von gestern kann morgen keiner mehr einen Blumentopf gewinnen. Die Schlüsselfrage lautet heute: Wer kennt sich mit der passgenauen Entwicklung von Online-Angeboten aus? Nicht ohne Grund lassen sich Konzerne von Start-up-Gründern in Kapuzenpullis beraten.

Vom Point of Sale zum Point of Experience

Der klassische Verkaufsort ist unter folgenden Gesichtspunkten aufgebaut: Wie verkaufe ich möglichst viel möglichst profitabel? Jeder Supermarkt ist eine bis ins Kleinste durchorchestrierte Verkaufsmaschinerie, die Laufrichtungen, Blickachsen und Griffhöhen berücksichtigt. Ein gut durchdachter Verkaufsprozess ist somit Pflichtprogramm jedes Unternehmers. Die Kür besteht darin, dem Kunden angenehme Gefühle zu bescheren. Menschen kaufen keine Produkte oder Dienstleistungen. Sie kaufen Erlebnisse und Erinnerungen. Und das ultimative Erlebnis ist fast immer eine außergewöhnliche menschliche Begegnung – auch schon vor Corona. Begeisterung entsteht, wenn dabei die Erwartungen übertroffen werden. Ein gestresster Verkäufer macht den Einkauf zu einem unerfreulichen Erlebnis. Eine Mitarbeiterin, die einen Geschäfts-

mann an der Hotelrezeption freundlich empfängt, den Wunsch nach einem ruhigen Zimmer erfüllt, einen Snack organisiert und echtes Interesse zeigt, nimmt stärker Einfluss auf sein zukünftiges Buchungsverhalten als jedes Bonus-Punkte-Programm. Zufriedene Kunden sind die beste Werbung. Oft reicht schon ein kleiner Vorsprung, um sich vom Wettbewerb abzuheben. Ein „Herzlich willkommen“ am Telefon statt „Guten Tag“ oder ein Extra-Service. Je nach Branche könnten Anbieter Geschenke spektakulär verpacken, Cabriokaufern mit einem Picknickkorb gratulieren oder für Kinder eine Spielecke einrichten. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt.

Persönlichkeit schlägt Fachwissen

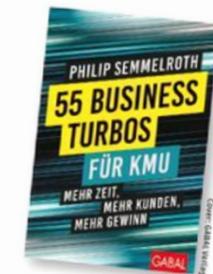
Menschen kaufen von Menschen, selbst wenn das Gegenüber weniger Fachwissen hat. Unternehmer tun also gut daran, sich ein gewisses Talent anzuzeigen, andere für sich als Person und damit für eine Zusammenarbeit zu gewinnen. Ein Auftrag kommt dann zustande, wenn ein Kunde überzeugt ist, in den richtigen Händen zu sein. Das Vertrauen entscheidet – nicht die Anzahl der Diplome. Wer selbstbewusst auftritt, überzeugt. Natürlich ist Fachwissen wichtig. Personen wirken dann überzeugend, wenn Inhalt und Auftreten zusammenpassen. Nur wer sein Metier beherrscht, gerät bei spitzen Nachfragen nicht ins Stottern. Wer ehrlich von seinem Angebot überzeugt ist, braucht kein Körpersprache-Training. Und wer weiß, wofür er spricht, redet nicht um den heißen Brei. Dabei ist nicht entscheidend, sofort alle Details zu kennen. Wichtiger ist, glaubhaft zu machen, dass der Unternehmer zu gegebener Zeit alle Fragen lösen wird.

Wer den Kunden ausbildet, verliert den Auftrag

Zu viel Know-how preiszugeben, ist sogar geschäftsschädigend. Viele machen den Fehler, Verkaufsgespräche in Schulungen zu verwandeln. Der Irrglaube: Je mehr sie reden, desto weniger Blindflug. Was sich in mündlichen Prüfungen bewährt haben mag, geht im Verkaufsgespräch nach hinten los. Manche Verkäufer überfrachten den Kunden mit Unterlagen, Broschüren und anderen Hilfsmitteln. Oft zielt all das nicht darauf ab, das Gespräch zu einem fantastischen Erlebnis zu machen. Vielmehr

soll der Wust an Infos verhindern, dass er Fragen stellt, bei denen der Verkäufer nicht mehr weiterweiß. Verkaufsgespräche werden nicht auf der sachlichen Ebene gewonnen. Deals werden eingetütet, wenn der Unternehmer gemeinsam mit dem Kunden herausfindet, wo der Kunde heute steht, was er gut findet, wo er hinhin möchte, was es dabei zu berücksichtigen gilt und wie viel Zeit und Budget er dafür bereitstellen kann. Wenn es gelingt, das Ziel und den groben Weg dahin zu klären, ist das Vertrauen gewonnen. So können KMU sich bereits im ersten Gespräch den Auftrag sichern. Gewonnen wird nicht durch Detailkenntnisse, sondern über eine souveräne Performance. Wer zu viel erklärt, verwirrt den Kunden. Und hinterlässt den Eindruck, er sei selbst nicht ganz sicher, welche Lösung die beste ist.

© Gastautor: Philip Semmelroth, Unternehmer | Diplomkaufmann (DE) & MBA (USA), Verkaufsexperte – Keynote Speaker (DE/ENG)



Zum Buch

Dieses Buch von Philip Semmelroth stellt Gründer, Soloselbstständige und Chefs von Firmen mit unter 100 Mitarbeitern in den Fokus und gibt hilfreiche und erprobte Tipps zu den drängendsten Fragen des Unternehmers wie Profitabilität und Prozesse, Kundengewinnung und Wachstum, aber auch zu Erfolgswillen und Persönlichkeit.

55 BUSINESS-TURBOS FÜR KMU Mehr Zeit, mehr Kunden, mehr Gewinn Autor: Philip Semmelroth GABAL Verlag ISBN 978-3-96739-034-6

PRESSESTIMMEN

Damit der Vertrieb aus dem Vollem schöpfen kann, dürfen Unternehmen in Krisenzeiten auf keinen Fall einen Werbestopp ansetzen.

Wer seine Mediabudgets zusammenstreicht, kann kaum auf seine Problemlösungskompetenz aufmerksam machen. Und KundInnen, die das eigene Angebot nicht kennen, kaufen beim Wettbewerb. So einfach ist das. Da braucht es auch kein Millionenbudget. Auch mit kleinem Geldbeutel lässt sich viel erreichen:

- verstärkte Präsenz im Internet und auf Social Media
- clevere Produktpakete wie „Netflix-Special“, wo ein Restaurant das Essen zum Beispiel auf die Couch liefert
- smarte Angebote wie virtuelle Führungen oder neue Kooperationen mit Multiplikatoren.

All das zeigt: Krisen sind kein Grund, den Kopf einzuziehen, den KundInnen Honig, sprich Rabatte ums Maul zu schmieren und so viele Aktivitäten wie möglich runterzufahren. Im Gegenteil: Krisen sind immer auch **eine Chance, neue Wege zu gehen** und sich auszuprobieren. Mit starken MitarbeiterInnen („People“) und kluger Außendarstellung („Presentation“) lässt sich jede Krise überstehen. Wenn dann am Ende noch die Prozesse („Process“) stimmen, hat sich das Geschäft in ein vertriebsfokussiertes und zukunftsfestes Unternehmen verwandelt.



unternehmer.de
News · Expertenwissen · Praxistipps



Philip Semmelroth

Philip Semmelroth hilft Firmen, profitabler zu werden. Über viele Jahre entwickelte er in seinem IT-Unternehmen die 3P-Strategie; eine Methodik, die Mitarbeiter leistungsfähiger, Prozesse effizienter und Vertriebsfolge planbar macht. Nach 22 Jahren verkaufte er sein Unternehmen erfolgreich an einen Investor, hält heute Keynotes und führt Coachings durch, um andere bei der Transformation zu einem vertriebsfokussierten Business zu unterstützen. Zu seinen Kunden gehören Unternehmen aus verschiedensten Branchen, er arbeitet national und international.



"Hoffnung ist kein Sanierungsplan - Wege aus den roten Zahlen 6 Tipps zur Firmenrettung"

Philip Semmelroth
auf CONSULTING.de



1961 soll John F. Kennedy den Raketwissenschaftler Wernher von Braun gefragt haben: "Was würde es kosten, den Menschen auf den Mond zu schicken?" Brauns Antwort: "Den Willen, es zu tun." Auch in der Wirtschaft legt die feste Absicht zum Durchstarten die Basis für Erfolg. Steht ein Unternehmen kurz vor der Pleite, braucht es tiefe Entschlossenheit, um den Betrieb aus der Misere zu holen. Dabei gibt es viele Strategien, mit Krisen umzugehen. Abwarten ist keine davon.



Aussitzen löst keine Probleme. Und Sparen macht niemanden reich. Nur Umsetzen bringt Umsatz.

Mit folgenden Tipps ziehen sich angeschlagene Organisationen am eigenen Schopf wieder aus dem Schlamassel.

1. Mut zur Neuaufstellung

Corona hat viele Geschäftsmodelle an den Rand der Insolvenz gebracht. Der einzige Vorteil einer solchen Art von Krise: Der Wettbewerb sitzt im gleichen Boot. Das bringt Bewegung in den Markt. Viele Firmen sortieren sich neu, kaufen oder verkaufen Anteile. Führungskräfte sind plötzlich offen für Partnerschaften, Synergien und auf der Suche nach Kompetenzen, die sich ergänzen. Wer sich umschaute und über Bewegungsfreiheit verfügt, sollte diesen Umschwung nutzen und über eine Neuaufstellung nachdenken.



THEMA

Jeder bekommt, was er verhandelt – Erfolg entsteht durch Inszenierung



By Redaktion

Published on 8. Oktober 2020

Von Philip Semmelroth

Jedes Unternehmen, das heute mehr verdienen will als gestern, steht vor vertriebslichen Herausforderungen. Jeder erfolgreiche Software-Anbieter, Gastronom oder Finanzberater betreibt sein Business in erster Linie also als Vertriebsmaschine. Schließlich spült nur exzellenter Verkauf Geld in die Kasse. Um

PRESSESTIMMEN

So nehmen Makler ihren Kunden die Unsicherheit!

Corona bestimmt derzeit Leben und Arbeiten. Aber jammern, resignieren oder schwarzmalen hat noch keinem aus den roten Zahlen geholfen. Damit Versicherungsmakler ihr Geschäft auch in Krisenzeiten am Laufen halten, ist der wichtigste Schritt, Kunden emotional aufzufangen. Und ihnen Sicherheit zu geben. Denn unsichere Menschen kaufen nicht – mehr noch: sie stornieren sogar. Wie Makler Sicherheit vermitteln können, zeigt Philip Semmelroth im 1. Teil seiner Serie „Mehr Umsatz als Versicherungsprofi“.



Makler sollten ihren Kunden in Krisenzeiten Sicherheit vermitteln, findet Philip Semmelroth. Im Gastbeitrag erklärt er, wie das funktionieren kann.

Foto: Dominik Pfau

Versicherungsbote

Wer Finanzprodukte verkaufen will, muss Kunden das geben, was sie am meisten suchen – in kritischen Zeiten ist das nun mal: Sicherheit. Schutz und Absicherung

Kaum zu glauben, aber Netflix, Spotify, Facebook, Apple und Co. waren einmal ganz kleine Fische im großen Wirtschaftsmeer. Wie heutige Newcomer starteten sie mit einer cleveren Idee und reichlich Überzeugung. Heute sind die internationalen Größen vom Markt nicht mehr wegzudenken. Wer diesen Durchmarsch nachahmen will, braucht vor allem einen unbändigen Willen und jede Menge cleveres Vertriebs-Know-how. Schließlich bekommt den Auftrag nicht der, der das bessere Angebot an den Start bringt – sondern wer es besser verkauft. Es geht um Inszenierung, Kopfkino, Sehnsüchte, Selbstbewusstsein und originelle Ideen.

Egal, ob es am Anfang steht oder schon oben angekommen ist – jedes Unternehmen, das heute mehr verdienen will als gestern, steht vor vertrieblichen Herausforderungen. Vertrieb für ein frisch geschlüpftes Business ist zudem mehrdimensional herausfordernd: Der Betrieb ist neu, jeder im Team übernimmt irgendwie alles, kein Kunde kennt das Produkt, die Dienstleistung oder den Inhaber. Vom ersten Wimpernschlag einer Geschäftsidee an muss daher alle Power in den Verkauf fließen. Er spült das Geld in die Kassen. Gründer sind keine IT-Berater, Gastronomen oder App-Entwickler – sie sind in erster Linie Kapitän einer Vertriebsflotte. Vom Auszubildenden über den Buchhalter bis zum Inhaber müssen sich alle täglich darum kümmern, ihre Kunden bei jedem Touchpoint zu begeistern. Keine Jahrhundertidee bringt Geld, wenn sie Investoren oder Käufer kaltlässt. Auch ein iPhone hätte niemand gekauft, wenn die Welt nicht vor Verkaufsstart schon angezündet gewesen wäre. Um die eigene Marke groß zu machen, brauchen Gründer kein Milliarden-Budget wie Uber, sondern eine kluge 3P-Systematik – People, Process und Presentation. Wer an diesen drei Stellschrauben dreht, verwandelt sein Start-up in ein vertriebsfokussiertes Unternehmen.

Über Bande spielen: Synergien und Multiplikatoren nutzen
Um schnell mit kleinem Geld zu wachsen, haben Jungunternehmen zum Beispiel die Möglichkeit, „über Bande“ zu

Gründer sind Kapitane einer Vertriebsflotte.



Startup Valley.news

Nicht warten – starten!

Mit Vertriebspower den Wettbewerb überholen

Text: Philip Semmelroth

spielen, sprich Multiplikatoren zu nutzen. In jeder Branche gibt es Zielgruppenbesitzer, an die Gründer andocken können. Dabei gilt: Keine Angst vor großen Namen, einfach mal ansprechen. So mancher Big Player, Prominenter, Verband oder angestauter Betrieb ist dankbar für frischen Wind. Auch Kooperationen mit lokalen Wirtschaftsförderungen, der IHK oder Medien sind sinnvoll. Die meisten Kandidaten möchten als topinformiert und modern gelten. Hier könnten Gründer Lücken füllen. Wer Apps entwickelt, bietet anderen schon Mehrwert, wenn er sein Produkt vorstellt. Ein smartes Tool, das noch keiner kennt und ungeahnte Probleme löst – wer will da nicht mitspielen? So kann sich der Multiplikator intern und extern als Insider positionieren. Locken lassen Partner sich über Provisionen oder Gratisleistungen. Startet ein Gründer ein Steakhaus und will Geschäftskunden anziehen, könnte er ein paar Gratisessen springen lassen – also Gutscheine verteilen. Eine weitere Möglichkeit ist es, Influencer im start-up-eigenen Podcast zu interviewen. Viele fühlen sich geschmeichelt, wenn sie als Erfolgsvorbild gefeiert werden.

70 | StartupValley 06/2020

SHAPEUP

BUSINESS

NEWS BRANDNEU AKTUELLE AUSGABE FACHBEITRÄGE AUSGABEN SUCHE

03. NOVEMBER 2020

UMSATZ KOMMT VON UMSETZEN

Vertrieb als Erfolgstreiber in der Krise

Neben der Kommunikation mit den Mitgliedern ist die Ansprache neuer Kunden ein wichtiger Erfolgsfaktor für jedes Studio. Aber kann man diesen Kommunikationserfolg auch in Krisenzeiten aktiv steuern?

Planvolles Vorgehen ist wichtig, um Erfolge messbar zu machen und um rechtzeitig eingreifen zu können, wenn die gewählten Maßnahmen einmal nicht funktionieren. „Aber ein Plan allein ist nichts wert“, bringt es der Vertriebsexperte Philip Semmelroth auf den Punkt. „Nur durch die Umsetzung kommt es zu echten Ergebnissen. Ein Plan hilft, Aktionen zu kontrollieren und Annahmen gegebenenfalls zu korrigieren.“

TROTZ CORONA ODER GERADE DESWEGEN?

Auch in Krisenzeiten kann man neue Kunden ins Unternehmen locken, indem man Risiken entfernt und Möglichkeiten aufzeigt. Das betrifft zum einen die Hygienemaßnahmen vor Ort, die mehr sind als ein ungewolltes Pflichtprogramm. Denn durch Engagement für die Sicherheit und Gesundheit seiner Mitglieder zeigt dein Studio auf perfekte Art und Weise, wie wichtig sie dir sind. Es lohnt sich also durchaus, etwas mehr zu machen, als in den verschiedenen Ecken des Studios Desinfektionsmittel bereitzustellen, die dann im Eifer des Trainings schnell einmal übersehen werden.

Vielleicht noch wichtiger: die zusätzlichen Möglichkeiten, die sich erst durch die Corona-Pandemie ergeben. Denn die damit verbundene gesundheitliche Notlage ist auch eines der besten Argumente seit Langem, aktiv etwas für die eigene Fitness zu tun: „Das verlangt nach einer Studiokampagne, die den künftigen Kunden klarmacht, dass das Training im Club auch ein Schutzschild gegen Corona sein kann“, so Semmelroth. „Trauen Sie sich, das Thema knackig und direkt anzusprechen, zum Beispiel mit einer Formulierung wie dieser: Kommen Sie in unser Gesundheitscenter und lernen, wie Sie mit minimalen Anpassungen im Ess- und Bewegungsverhalten Ihre Abwehrkräfte stärken.“

In einer Krise dürfen Unternehmen auch einmal besonderen Service bieten: „Geben Sie den Leuten jetzt die Chance, etwas gratis in Anspruch zu nehmen und sich dadurch fürs restliche Angebot zu interessieren“, so Semmelroth. Wenn sich viele der Mitbewerber eher nicht trauen, jetzt in Werbekampagnen zu investieren, können gutgemachte Schnupperangebote mit Testtraining und Bonusangeboten punkten.

PRESSESTIMMEN

Cash.ONLINE
FINANZNAHRICHTEN, 26. AUGUST 2020

Immobilien | Berater | Investmentfonds | Sachwertanlagen | Recht | Gesundheit | Karriere | Cash.Fokus
| BGH-URTEILE | MAKLERRECHT | KUNDENGEWINNUNG | IMMOBILIENKAUF | GLOBAL INVESTOR

Kommentare > Finanz- und Versicherungsbranche: So werden Sie zum Krisengewinner

Teilen bei: 24. August 2020, 05:26

Berater | Corona | Kommentare | Meinung | Versicherungen

Finanz- und Versicherungsbranche: So werden Sie zum Krisengewinner

Die Pandemie kommt einfach nicht zur Ruhe. Schon jetzt ist klar: Die Wirtschaft wird sich nicht so schnell erholen. In der Finanzbranche sieht es wohl auch nicht rosig aus. Kunden fürchten um ihr Geld und suchen nach Orientierung. Skandale um Wirecard, BaFin und Co. erschüttern das Vertrauen in die Branche zusätzlich. Makler und Vermittler kämpfen gegen Stornos und um jeden Auftrag. Andere stecken den Kopf in den Sand und hoffen, dass sich die Wirtschaftslage von alleine wieder entspannt. Genau das ist die falsche Taktik: Abwarten, Ausweichen und Aussitzen vernichtet mehr Umsatz als jede Wirtschaftskrise. Nur Umsetzen bringt Umsatz.



Philip Semmelroth

Unternehmen, Finanzprofis und Kunden: Sie sitzen alle im selben Boot. Sie können an der Krise nichts ändern. Es steht in den Sternen, wann und ob es wieder ein Leben so wie vor Corona geben wird. Jetzt kommt es darauf an, aktiv zu werden. Das eigene Geschäft hochseetauglich zu machen und mit einem Außenborder aufzurüsten. Dieser Motor ist vor allem der Vertrieb. Er ist die Stellschraube mit der größten Wirkung. Für Finanzberater beutet das: aktiv werden! Das eigene Geschäftsmodell auf den Prüfstand stellen und kritisch hinterfragen: Was funktioniert, was funktioniert nicht mehr – und passt das Angebot überhaupt noch zu den Bedürfnissen der Zielgruppe? Wer folgende Aspekte beachtet, düst dem Wettbewerb bald davon.

GASTBEITRAG VON PHILIP SEMMELROTH

» Turbos zum Erfolg: Mehr Zeit, mehr Kunden, mehr Gewinn «

careers LOUNGE

Unternehmer werden auch deshalb Unternehmer, weil sie ihr eigenes Ding machen wollen. Das gilt auch für alle, die den Chefsessel anstreben: Sie haben Ideen im Kopf und wollen sie nach ihren Vorstellungen umsetzen. Das ist auch richtig so! Und doch: Keiner, der jemals etwas erreicht hat, hat das allein geschafft. Wer Erfolg haben will, muss nicht alle Rezepte neu erfinden. Sondern greift auch auf bewährte Strategien und Tipps zurück. Zum Beispiel auf diese hier:

1. Ein Weiser lernt aus den Fehlern anderer



Es klingt fast schon wie kalter Kaffee, dass wir Vorbilder brauchen, weil wir von ihnen besonders einfach und effektiv lernen. An dieser Weisheit ist aber jede Menge dran! Natürlich können wir auch durch eigene Erfahrungen sehr viel lernen. Das ist jedoch häufig mit Schmerzen und finanziellen Rückschlägen verbunden. Smarter ist es, durch Beobachtung zu lernen und von den Erkenntnissen anderer zu profitieren. Nach dem Motto: Kluge Menschen lernen aus ihren Fehlern, weise aus den Fehlern anderer. (Und dumme wiederholen ihre Fehler, was für Unternehmer auf Dauer verheerende Folgen hat – aber das nur am Rande.)

Werden Sie zum Unikat.

Ich möchte betonen: Fehler zu machen, ist an sich nicht tragisch. Sie gehören zum Leben dazu. Auch ich würde in der Rückschau einiges anders machen. Das ist in Ordnung: Kritische Selbstreflexion bewahrt davor, noch einmal in dieselbe Falle zu tappen. Ansonsten haben diese Erfahrungen aber wenig Mehrwert für den Betroffenen. Umso interessanter sind sie für andere, die vor denselben Fragen stehen. Das erklärt auch den Erfolg der „Fuckup Nights“, in denen Menschen vor Publikum von ihren größten Flops erzählen. Wir sind daher gut beraten, von Vorreitern zu lernen. Es geht deutlich schneller und ist angenehmer, als selbst gegen Wände zu rennen.



Philip Semmelroth

Philip Semmelroth hilft Firmen, profitabler zu werden. Über viele Jahre entwickelte er in seinem IT-Unternehmen die 3P-Strategie; eine Methodik, die Mitarbeiter leistungsfähiger, Prozesse effizienter und Vertriebsserfolge planbar macht. Nach 22 Jahren verkaufte er sein Unternehmen erfolgreich an einen Investor, hält heute Keynotes und führt Coachings durch, um andere bei der Transformation zu einem vertriebsfokussierten Business zu unterstützen. Zu seinen Kunden gehören Unternehmen aus verschiedensten Branchen, er arbeitet national und international.

[Zur Website des Autors](#)

PRESSESTIMMEN

Philip Semmelroth: Vertrieb ist kein Ein-Mann-Job

29. Oktober 2019





Foto: Dominik Pflaß

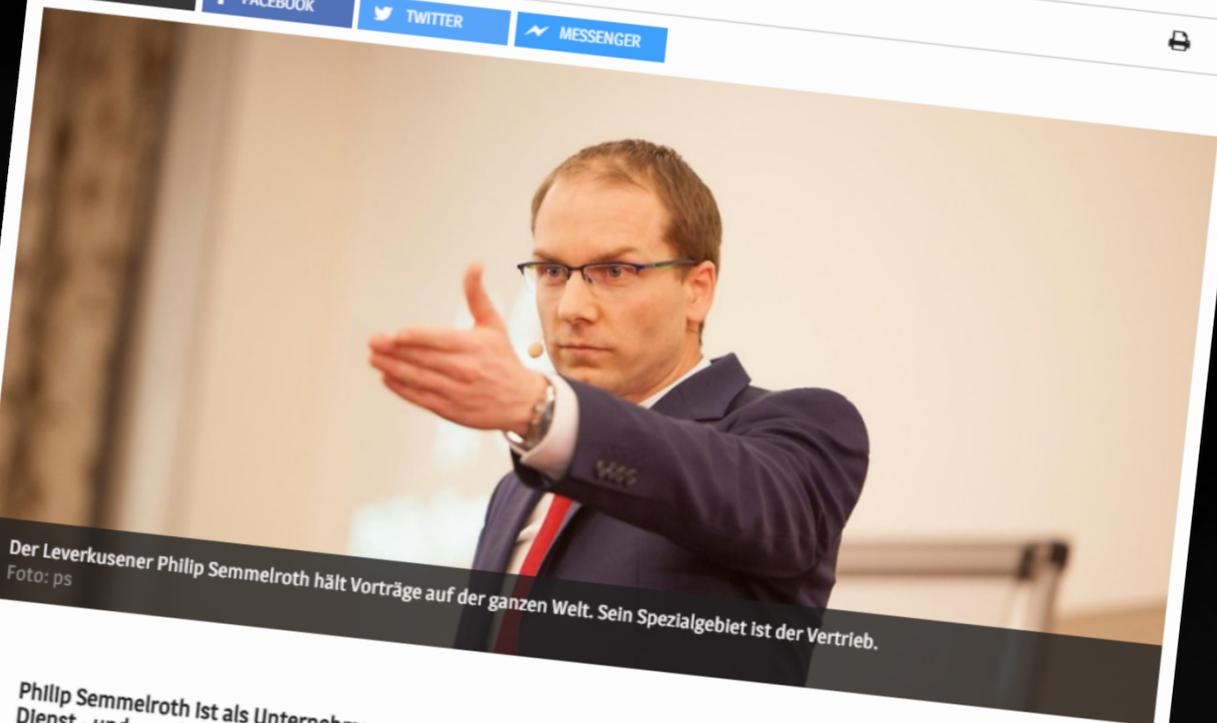
„Vertrieb ist kein Ein-Mann-Job“, macht Business-Strategie und Vertriebsprofi Philip Semmelroth deutlich. Im Rahmen eines XING-Expertendialoges in Köln stand der Leverkusener Unternehmer und Redner den rund 100 Teilnehmern Rede und Antwort. Mehr noch: Er provozierte und zeigte die Mängel auf, die die meisten Firmen an einem kräftigen Wachstum hindern. Insgesamt fünf Thesen trug er vor – fünf Thesen, die weit über die üblichen Handlungsempfehlungen profaner Vertriebsstrainings hinausgehen und stattdessen „Unternehmen, die nur verkaufen, zu schlagkräftigen, vertriebsfokussierten Einheiten machen“. Das, so Semmelroth, sei nicht mit nur einer Person lösbar. Stattdessen müsse jeder im Unternehmen verkaufen und an der positiven Wahrnehmung der potenziellen Kunden mitwirken – vom Azubi über den Buchhalter bis ins Chefbüro. „Wer Vertrieb allein einer Vertriebsabteilung überlässt, betreibt nicht die heute unbedingt notwendige

Aus dem Leben eines "Speakers" Mundwerk hat goldenen Boden

Von  Jonah Lemm | 10.04.18, 02:01 Uhr

Leverkusener Anzeiger

EMAIL | FACEBOOK | TWITTER | MESSENGER



Der Leverkusener Philip Semmelroth hält Vorträge auf der ganzen Welt. Sein Spezialgebiet ist der Vertrieb.
Foto: ps

- **Philip Semmelroth ist als Unternehmer und "Speaker" immerzu redend im Dienst - und mag keine Komfortzonen**

Wenn Philip Semmelroth morgens aufsteht, liest er keine Nachrichten - zu deprimierend sind die, findet er. Wenn die Uhr 5.30 zeigt und der Wecker schellt, dann schaltet Philip Semmelroth lieber die Anlage an, in seinem Haus irgendwo in Schlebusch, und hört eine Motivationsrede - "Heißwerden" für den Tag nennt er das. Dabei macht Semmelroth Sport, ein paar Liegestützen,

TERMINE & BUCHUNGSANFRAGEN

PHILIP SEMMELROTH

Premium Speakers

Meet Live GmbH

61231 Bad-Nauheim

+49 6032 785 93 93

welcome@premium-speakers.com

www.premium-speakers.com