



Strategisches Whitepaper für
Geschäftsführer, Vertriebsleiter
und HR Business Partner:

5 teure Fehler in der Besetzung vakanter Vertriebspositionen

und wie Sie sie vermeiden

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Anforderungen an Unternehmen im Vertrieb haben sich in den letzten Jahren spürbar verschärft. Märkte werden schneller, Kunden anspruchsvoller und der Wettbewerb um gute Außendienstmitarbeiter intensiver. Gleichzeitig entsteht durch Jobplattformen oft ein trügerisches Gefühl von Auswahl: Viele Bewerbungen bedeuten nicht automatisch viele geeignete Kandidaten. In der Praxis zeigt sich immer häufiger, dass klassische Recruiting-Prozesse zu langsam sind, die Passgenauigkeit leidet und die wirklich wirksamen Verkäufer längst woanders unterschrieben haben.

Erfolgreiche Unternehmen wissen: Der Außendienst ist kein „Personalthema“, sondern ein direkter Umsatz- und Ergebnishebel. Jede unbesetzte Stelle kostet Marktanteile, Kundenbindung und Wachstum. Doch selbst wenn eine Vakanz besetzt ist, bleibt der wirtschaftliche Effekt häufig aus – weil neue Mitarbeiter zu lange brauchen, um im Feld wirklich wirksam zu werden. Genau hier passieren in vielen Organisationen gravierende Fehler: Man setzt auf Bewerbermenge statt Kandidatenqualität, verwechselt Lebenslauf mit Vertriebsleistung oder entscheidet unter Druck nach dem Prinzip „Hauptsache besetzt“. Und nicht selten wird die entscheidende Phase nach der Unterschrift unterschätzt: Der Wirksamkeitsstart im Vertrieb wird mit klassischer Einarbeitung verwechselt – mit dem Ergebnis, dass wertvolle Wochen und Monate verloren gehen. In diesem Whitepaper beleuchten wir fünf typische Fehler bei der Gewinnung und Entwicklung erfolgreicher Außendienstmitarbeiter. Sie erfahren, welche Folgen diese Fehler haben – und was Unternehmen stattdessen tun können, um schneller passende Kandidaten zu finden und deren verkäuferische Wirksamkeit früh zu entfalten. Zusätzlich erhalten Sie eine Checkliste, mit der Sie schnell einschätzen können, ob externe Unterstützung sinnvoll ist. Abschließend zeigen wir, wie eine Zusammenarbeit mit DEVCON-CT aussieht: nicht als klassisches Headhunting, sondern als verkäuferischer Scan mit integrierter Entwicklungs- und Coaching-Komponente – basierend auf über 30 Jahren Erfahrung in der erfolgreichen Entwicklung von Vertriebsmitarbeitern.

Unser Ziel ist es, Ihnen praxisnahe, direkt umsetzbare Impulse zu geben, mit denen Sie Vakanzen schneller und treffsicherer besetzen und neue Außendienstler in Wochen statt in Monaten wirksam machen.

Wir wünschen Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre und freuen uns darauf, Sie beim Aufbau eines starken, zukunftsfähigen Außendienstes zu begleiten.



Reinhard Gasch

Geschäftsführer
und Cheftrainer

devcon-ct



Aktuelle Situation und Herausforderungen in der Besetzung und Entwicklung vakanter Vertriebspositionen

Außendienst-Recruiting ist heute deutlich schwieriger als noch vor wenigen Jahren

Viele Unternehmen erleben ein paradoxes Bild:

- Über Jobbörsen kommen viele Bewerbungen, aber wenig Passung.
- Die wirklich guten Kandidaten sind selten aktiv suchend und reagieren nur auf relevante Ansprache im richtigen Moment.
- Interne Prozesse sind häufig zu langsam: Sichtung, Vorqualifizierung, Abstimmungen, Interview-Runden.

Folge: Top-Kandidaten sind „weg“, bevor ein Angebot rausgeht.

Der unterschätzte Kostenblock: Vakanz und Ramp-up

Die eigentliche Rechnung besteht aus zwei Teilen:

1. Vakanzkosten (unbesetzte Stelle)
 - weniger Besuche, weniger Pipeline, weniger Abschlüsse, sinkende Kundenbindung
 - Kunden wandern zu Wettbewerbern ab
 - Bestandskunden werden nicht entwickelt (Cross-/Upsell bleibt liegen)
2. Anlaufkosten (besetzte Stelle, aber noch nicht wirksam)
 - neue Mitarbeiter brauchen oft Monate bis zur ersten echten Wirksamkeit
 - „die ersten drei Monate“ sind oft geprägt von Orientierung, internen Prozessen, Produktwissen, fehlendem Fokus
 - die Führungskraft kompensiert, coacht „nebenbei“, Feuerlöschen statt System

Folge: Selbst wenn die Stelle „besetzt“ ist, wird der wirtschaftliche Effekt oft erst deutlich spät sichtbar.

Typische Nebenwirkungen in Vertrieb & Organisation

- Überlastete Vertriebsleiter, weil Recruiting und Einarbeitung Zeit ziehen
- HR wird zum Gatekeeper, obwohl es eigentlich ein Vertriebsproblem ist
- Schwache Trefferquote: Viele Gespräche, wenig echte Kandidaten
- Fehlbesetzungen: teuer, demotivierend, schädlich für Kundenbeziehungen
- Verpasste Marktchancen: Gerade in Veränderungsphasen entscheidet Geschwindigkeit

Folge: Unzufriedenheit bei allen Beteiligten, sinkende Motivation, weniger Umsatz als möglich

Fazit:

CVs füllen keine Auftragsbücher. Wirksame Außendienstler schon.

Daher muss es heißen: Passgenau auswählen. Schnell besetzen. In Wochen wirksam.

Der Engpass bei der Besetzung vakanter Vertriebspositionen ist nicht „zu wenig Bewerbungen“, sondern zu wenig geeignete Kandidaten – und danach zu lange Anlaufzeit. Unternehmen verlieren dadurch Umsatz, Marge und Kundenbindung.

Die Lösung ist eine vertriebsnahe Personalberatung, die Recruiting und PreboardCoaching sowie RampUpCoaching als integrierten Prozess versteht.

Bei uns heißt das: **ReadyToSell Recruiting** – geeignete Vertriebsmitarbeiter finden und Wirksamkeit herstellen.

Fehler 1

„Wir brauchen mehr Bewerbungen.“

Was passiert:

Mehr Volumen erzeugt mehr Screening – aber nicht automatisch Qualität. Unternehmen investieren in Anzeigen (Stepstone/Indeed etc.), bekommen Volumen – und verlieren Zeit im Screening. Das erzeugt kurzfristig das Gefühl von Kontrolle, aber selten echte Qualität.

Warum das scheitert:

- Außendienst-Erfolg hängt weniger an formalen Profilen, sondern mehr an Verhalten, Energie, Abschlussfähigkeit, Selbststeuerung.
- Viele Bewerbungen bedeuten: mehr Verwaltungsaufwand, nicht automatisch bessere Auswahl.

Stattdessen

„Wir brauchen mehr geeignete Kandidaten – schneller vorqualifiziert.“

- Fokus auf Active Sourcing und Direktansprache statt reiner Inbound-Logik
- Vorqualifizierung über vertriebsnahe Kriterien (z. B. Gesprächsführung, Abschlusslogik, Termin- und Pipeline-Disziplin)
- Klare Shortlist-Taktung: wenige, passende Profile statt riesen Stapel

Leitfrage:

„Wer kann diese Rolle wirksam ausfüllen – und nicht: wer erfüllt die meisten Anforderungs-Stichworte?“

Fehler 2

„HR kann das mit abwickeln.“

Was passiert:

HR organisiert Prozesse, steuert Tools und stellt sicher, dass formal alles passt. Das ist wertvoll und wichtig – gleichzeitig ist Außendienst ein Leistungsjob mit starkem Praxisanteil.

Warum das scheitert:

- Die entscheidenden Signale erkennt man oft nur, wenn man Vertrieb „im Blut“ hat: echtes Interesse für den Kunden, generelle Kommunikationsfähigkeit, professionelle Nutzenargumentation und Einwandbehandlung, Abschlussorientierung.
- Interviewfragen bleiben zu häufig generisch; „Sympathie“ ersetzt Diagnostik.

Stattdessen

„Vertrieb bewertet Vertrieb – HR bleibt Partner.“

- Rollenklärung und Auswahl gemeinsam, aber diagnostisch geführt von Vertriebsexperten
- Praxis-Checks (Assessment Center, Gesprächssimulation, Kundenszenario) statt reines CV-Gespräch
- Entscheidungsvorlage mit klaren KAN-Kriterien (Können, Antrieb, Nachweis)

Leitfrage:

„Woran erkennen wir vor Vertragsunterschrift, ob diese Person im Feld Ergebnisse liefert?“

Fehler 3

„Wenn wir eingestellt haben, läuft es schon.“

Was passiert:

Nach Vertragsunterschrift sinkt die Aufmerksamkeit, oft fehlt im Eifer des Arbeitsalltags die notwendige Struktur. Preboarding findet selten statt, Onboarding statt echtes Ramp-up.

Neue Mitarbeiter brauchen Monate, um produktiv zu werden.

Warum das scheitert:

- Ohne klaren Plan dominiert Orientierung statt Ergebnisarbeit
- Führungskräfte haben keine Zeit für konsequentes Coaching
- Die ersten Wochen entscheiden über Selbstvertrauen, Kundenaktivität und Identifikation mit dem Unternehmen und dem Job

Stattdessen

„Einstellung und Wirksamkeit sind ein Prozess.“

Ein integriertes Preboarding & RampUp:

- PreboardCoaching (vor Start): Zielbild, Erwartungsklarheit, Fokusaccounts, Gesprächsführung
- RampUpCoaching (Startphase): Speed Coaching, Begleitung der ersten Kundentermine, Follow-up-Systematik
- Ziel: früher messbare Aktivität und Output – nicht „erst mal ankommen“

Leitfrage:

„Wie stellen wir sicher, dass in Woche 2-4 bereits belastbare Verkaufsaktivität entsteht?“



Fehler 4

„Besser irgendein Mitarbeiter als kein Mitarbeiter.“

Was passiert:

Unter Zeitdruck erfolgt eine „Notbesetzung“. Hauptsache die Stelle ist formal besetzt. Kurzfristig fühlt sich das wie Entlastung an – mittelfristig wird es teuer.

Warum das scheitert:

- Fehlbesetzung bindet Führungszeit und frisst Teamenergie
- Kunden merken schnell, wenn Beratungsqualität und Verbindlichkeit fehlt
- Pipeline und Nachfass-Disziplin bleiben schwach
- Fluktuation steigt („passt doch nicht“) → Recruiting startet wieder von vorn

Stattdessen

„Lieber 10 Tage länger suchen – dafür 12 Monate Ruhe.“

- Klare No-Go-Kriterien festlegen (z. B. fehlende Abschlussorientierung, geringe Selbststeuerung)
- Entscheidung über vertriebsnahe Praxischecks absichern (AC)
- Wirksamkeitsstart (PreboardCoaching + RampUpCoaching) direkt mitdenken, damit die Besetzung wirtschaftlich wird

Leitfrage:

„Woran erkennen wir im Praxischeck, dass dieser Kandidat nicht liefern wird?“

Fehler 5

„Wir suchen den perfekten Lebenslauf.“

Was passiert:

Kandidaten werden nach Branchenjahren, Produktkenntnis, Stationen, Zertifikaten gefiltert. Das sieht sauber aus – übersieht aber die Menschen, die im Außendienst wirklich liefern würden.

Warum das scheitert:

- Außendienst-Erfolg hängt oft stärker an Vertriebsverhalten als an Produktwissen
- Viele Top-Performer passen nicht ins „Idealprofil“, sind aber lernstark und wirksam
- Der Markt wird künstlich klein – und die Stelle bleibt länger offen

Stattdessen

„Wir suchen Wirksamkeit – Produktwissen kann man aufbauen.“

- Kriterien wechseln von „CV“ zu KAN:
- Können: Gesprächsführung, Einwandbehandlung, Abschlusslogik, Struktur
- Antrieb: Zielorientierung, Aktivitätslevel, Ownership fürs Gebiet
- Nachweis: konkrete Beispiele, Zahlen, Vorgehensweisen
- Transferkandidaten bewusst zulassen (z.B. Quereinsteiger)
- Kandidaten bei Bedarf gezielt entwickeln (noch vor Arbeitsbeginn) – statt „perfekt einkaufen“

Leitfrage:

„Welche 3–5 Wirksamkeitskriterien sind für diese Rolle entscheidend – selbst wenn Produkt- oder Branchenwissen noch aufgebaut werden muss?“

Checkliste: Braucht Ihr Unternehmen Unterstützung bei der Suche erfolgreicher Außendienstmitarbeiter?

Kreuzen Sie pro Aussage Ja/Nein an.

Je mehr „Ja“, desto sinnvoller ist externe Unterstützung mit Vertriebsfokus.

A) Vakanz & Geschwindigkeit

- ☐ Unsere Außendienst-Vakanzen sind regelmäßig länger offen als geplant.
- ☐ Wir verlieren Kandidaten im Prozess („zu langsam“, „zu viele Runden“).
- ☐ Wir haben keine verlässliche Shortlist-Taktung (z. B. innerhalb von 7–14 Tagen).

B) Kandidatenqualität & Auswahl

- ☐ Wir erhalten viele Bewerbungen, aber wenige passen wirklich.
- ☐ Auswahlentscheidungen basieren häufig auf Bauchgefühl oder Sympathie.
- ☐ Wir prüfen Vertriebsfähigkeit kaum praxisnah (AC, Simulation, Gesprächsführung).
- ☐ Wir tun uns schwer, „gute Verkäufer“ von „guten Bewerbern“ zu unterscheiden.
- ☐ Wir haben keine Möglichkeit, kurzfristig auf einen „startbereiten“ Kandidaten zurückzugreifen.

C) Onboarding & Wirksamkeit

- ☐ Unsere neuen Außendienstler starten meistens ohne klaren Vertriebs-Plan für Woche 1–4 (Termine, Zielkunden, Fokus).
- ☐ Neue Außendienstler brauchen oft 3–4 Monate, bis sie sichtbar liefern.
- ☐ Onboarding hängt stark von einzelnen Führungskräften ab (keine Standards).

D) Organisation & Markt

- ☐ Unsere Branche/Region ist wettbewerbsintensiv, Kandidaten sind schnell „weg“.
- ☐ Wir benötigen Außendienstler, die Partnerschaften verkaufen (nicht nur Produkte).
- ☐ Wir haben aktuell mehrere parallele Vakanzen oder absehbare Nachbesetzungen.

Interpretation (Faustregel):

0–3× Ja: punktuelle Optimierung reicht oft intern.

4–7× Ja: externer Vertriebsfokus bringt meist deutlichen Hebel.

8× Ja oder mehr: strukturelles Thema → Recruiting + Wirksamkeit sollten als System aufgesetzt werden

In der Folge finden Sie Möglichkeiten einer Zusammenarbeit mit DEVCON-CT.



Wie läuft eine Zusammenarbeit mit DEVCON-CT ab?

DEVCON-CT verbindet drei Elemente:

1. Strategische Rollen- und USP-Klärung (was wird wirklich gebraucht?)
2. Schnelle, treffsichere Kandidatengewinnung (Active Sourcing & Direktansprache)
3. Integriertes PreboardCoaching/RampupCoaching (damit die Einstellung wirtschaftlich wirkt)

Phase 1 Rollenklärung & Suchstrategie (kurz, fokussiert)

- Klärung der Vertriebsrealität: Kundenstruktur, Region, Ziele, Stakeholder, Angebotslogik
- Definition der Must-have-Kriterien (KAN) statt Wunschliste
- Festlegen der Prozessgeschwindigkeit (Entscheidungswege, Interviewtaktung, Assessment Center, Verantwortliche)

Ergebnis: klares Rollenprofil, Auswahlkriterien, Prozessplan

Phase 2 Kandidatenpipeline & Shortlist (Active Sourcing)

- Systematisches Vacancy-Scanning
- Mehrkanalige Ansprache (oder Talent-Pool Prüfung)
- Vorqualifizierung durch vertriebsnahe Checks (Assessment Center)
- Lieferung einer Shortlist mit begründeten Empfehlungen

Ergebnis: wenige, passende Kandidaten – schnell entscheidbar

Phase 3 PreboardCoaching (vor Arbeitsbeginn)

- Zielbild & Erwartungen klären
- Wochen-1-4-Plan (Aktivität, Termine, Fokus)
- Priorisierung der Zielkunden und der einzelnen Gesprächsziele
- Gesprächsführung für anstehende, konkrete Kundenkontakte
- „Speed Coaching“-Ansatz: fokussiert auf Vertriebswirksamkeit

Ergebnis: Start ohne Leerlauf, klare Taktung

Phase 4 RampUpCoaching (Startphase)

- Begleitung der ersten Wochen (z. B. 4-8 Wochen, je nach Paket)
- Coaching zu Nutzenargumentation, Einwandbehandlung, Abschlusslogik, Nachfass-System
- Schnittstelle zur Führungskraft: klare Führung, klare Ziele, klare Messpunkte

Ergebnis: messbare Aktivität und frühe Erträge



Zwei Wege zur passenden Besetzung: Talent-Pool oder Kandidaten-Entwicklung

Pfad A:

Besetzung aus dem DEVCON-CT Talent-Pool

Für bestimmte Profile greifen wir auf unseren Talent-Pool zurück:

Dies sind wechselbereite oder teilweise schon freigestellte, verkäuferisch „neutral“ vorentwickelte Außendienst-Talente, die von uns bereits verkäuferisch trainiert wurden.

Was bedeutet „vorentwickelt“ konkret?

- Grundlegende Vertriebswirksamkeit ist bereits aufgebaut (Gesprächsführung, Nutzenargumentation, Einwandbehandlung, Abschlusslogik, Pipeline-Disziplin)
- Kandidaten sind schneller wirksam, weil sie nicht bei Null starten
- Diese Talente sind häufig besonders motiviert und investieren privat in ihre Weiterentwicklung (Mitgliedschaft Talent-Pool inkl. Weiterentwicklung).

Nutzen für Sie:

- sehr schnelle Verfügbarkeit
- reduzierte Ramp-up-Zeit
- höhere Trefferquote, weil Kandidaten bereits nach Wirksamkeitskriterien entwickelt wurden

Pfad B:

Zeitnahe, individuelle Kandidaten-Entwicklung

Wenn ein sehr spezifisches Profil gefragt ist oder der Markt wenig hergibt, entwickeln wir Kandidaten kurzfristig und zugeschnitten auf die Anforderungen des Kunden.

Ein besonderer Hebel: Wir starten die Entwicklung bereits vor Arbeitsbeginn. Dadurch beginnt das Onboarding schon vor dem ersten Arbeitstag.

Typische Inhalte der individuellen Entwicklung:

- Rollen- und Zielbildklärung für die konkrete Kundenumgebung
- Gesprächsführung, Einwandbehandlung passend zur Zielgruppe
- Wochen-1-4-Plan mit Aktivitäts- und Terminlogik
- Pipeline-Setup und Follow-up-Systematik

Nutzen für Sie:

- maßgeschneiderte Passung statt Standardprofile
- schneller Start mit Struktur
- frühere Wirksamkeit im Feld



Warum mit DEVCON-CT?

USP 1: Kein klassisches Headhunting – sondern verkaufsorientierter Scan

Viele Personalberatungen liefern Profile. DEVCON-CT liefert verkaufswirksame Kandidaten – weil wir den Markt nicht ausschließlich „HR-seitig“ lesen, sondern vertrieblich.

Was das praktisch heißt:

- Wir betrachten eine Vakanz nicht nur als Stellenbeschreibung, sondern als Umsatz- und Ergebnisauftrag.
- Wir identifizieren Kandidaten nicht über Buzzwords, sondern über Vertriebsverständnis, konkretes Verkaufsverhalten und Leistungsnachweise.
- Wir trennen konsequent zwischen „gut im Bewerben“ und „gut im Verkaufen“.

Ergebnis: höhere Passgenauigkeit, weniger Interview-Schleifen, bessere Trefferquote.

USP 2: Integriertes Coaching – wir liefern nicht nur Besetzung, sondern Wirksamkeit

Der zentrale Unterschied: Unsere Dienstleistung endet nicht mit der Unterschrift.

DEVCON-CT verbindet Personal-Vermittlung mit:

- PreboardCoaching (vor Arbeitsbeginn)
- RampUpCoaching (Startphase, Fokus auf Wirksamkeit)
- Ziel ist nicht „Einarbeitung“, sondern:
 - früh stabile Aktivität (Besuche, Termine, Pipeline)
 - klare Gesprächsführung, Einwandbehandlung, Abschlusssystem
 - messbarer Output in Wochen statt in Monaten

Ergebnis: schnellerer Ramp-up, weniger Fehlstarts, schnellere Erträge.

USP 3: Wir können das, weil wir Vertrieb seit über 30 Jahren entwickeln

DEVCON-CT kommt nicht aus der klassischen Personalberatung, sondern aus dem Vertrieb:

- über 30 Jahre Erfahrung in der Arbeit mit Vertriebsmitarbeitern und Vertriebsorganisationen
- tiefes Verständnis dafür, was Außendienst im Alltag wirklich leisten muss (Kundenverständnis, Gebiet, Stakeholder, Abschlussdruck)
- Trainer- und Transformationskompetenz, um Verkäufer gezielt und schnell wirksam zu machen

Ergebnis: Diagnostik und Entwicklung aus einer Hand – mit hoher Praxisnähe.

USP 4: Talent-Pool und individuelle Entwicklung = doppelte Sicherheit

Je nach Vakanz stehen zwei Wege zur Verfügung:

- Talent-Pool: verkäuferisch „neutral“ vorentwickelte Talente → schnell einsetzbar
- Individuelle Kandidatenentwicklung: kurzfristig zugeschnitten (meist schon vor Arbeitsbeginn) → passgenau und beschleunigter Start

Ergebnis: entweder maximal schnell oder maximal spezifisch – ohne Wirksamkeit zu verlieren.

Seriöses und verbindliches Vertrags- und Honorarmodell

- Exklusivmandat (Qualität, Tempo, klare Verantwortung)
- Retainer/Anzahlung (Priorität & Verbindlichkeit)
- Basis Jahreseinkommen (transparent, nachvollziehbar)
- Kein „Lockangebot“, keine überfrachteten Pakete. Motto: so wenig wie möglich, so viel wie nötig.

Ergebnis: Der Umfang bleibt wirtschaftlich und umsetzbar.



Fallstudie

SHK-Großhandel – Außendienst Region/ Bestand & Ausbau

Ausgangslage

Ein SHK-Großhändler (100+ Mio. € Umsatz) hatte eine Außendienst-Vakanz in einer umsatzstarken Region.

- Stelle 12 Wochen offen
- viele Bewerbungen über Jobbörsen, aber geringe bis keine Passung
- Bestandskunden fühlten sich „unterbesucht“
- Vertriebsleitung stark belastet, da sie Kundenbesuche kompensieren musste

Ziel:

Besetzung mit jemandem, der Bestandskunden ausbauen und gleichzeitig Neukunden aktivieren kann – und schnell in die Kundenarbeit kommt.

Maßnahmen

Phase 1 (Rollenklärung):

KAN-Kriterien definiert:

- Können: Gesprächsführung, strukturierter Pipeline-Aufbau, Einwandbehandlung
- Antrieb: Zielorientierung, Aktivitätslevel, Ownership fürs Gebiet
- Nachweis: konkrete Beispiele (gewonnene Projekte, ausgebauter Bestand, systematisches Nachfassen)

Phase 2 (Sourcing):

- Direktansprache passender Kandidaten aus angrenzenden Segmenten (Bauzulieferung/Technischer Handel)
- Vorqualifizierung über Assessment Center: typische Verkaufssituationen aus dem konkreten Vertriebsalltag der vakanten Position
- Shortlist mit 3 Kandidaten innerhalb von 10 Tagen

Phase 3/4 (PreboardCoaching/RampUpCoaching):

Preboarding: Zielkundenliste, Gesprächsziele, „erste 20 Besuche“ vorbereitet

RampUp: 6 Wochen Speed Coaching (Nutzenargumentation, Angebote, Nachfass-Logik, Abschlussfragen)

Ergebnisse

- Besetzung: Vertragsunterschrift in Woche 3 nach Start der Zusammenarbeit
- Aktivität: ab Woche 2 nach Start stabiler Besuchsrhythmus (messbar)
- Pipeline: nach 6 Wochen gefüllte, strukturierte Pipeline und klare Prioritäten
- Wirtschaftlich: nach 8–10 Wochen erste belastbare Abschlüsse, spürbar weniger „Kompensationsbesuche“ der Vertriebsleitung

Schlüssel:

Schneller Prozess + vertriebsnahe Diagnostik + Wirksamkeitsbegleitung.



Liebe Leserin, lieber Leser,

ich hoffe, dieses Whitepaper konnte Ihnen wertvolle Impulse geben und möglicherweise haben Sie sich und Ihr Unternehmen an einigen Stellen wiedererkannt. Wenn Sie eine zentrale Erkenntnis mitnehmen können, dann diese: Erfolgreicher Außendienst ist kein Zufallsprodukt – er entsteht durch die richtige Passung, klare Erwartungen und eine konsequente Ausrichtung auf verkäuferische Wirksamkeit.

Vakante Stellen, lange Anlaufzeiten oder Fehlbesetzungen sind keine reinen HR-Themen. Sie wirken sich unmittelbar auf Umsatz, Kundenbindung und Wettbewerbsfähigkeit aus. Gerade im Außendienst entscheidet nicht der Lebenslauf über den Erfolg, sondern die Fähigkeit, im Markt schnell Wirkung zu entfalten – bei Kunden, in Projekten und im Abschluss.

Die gute Nachricht: Diese Herausforderungen lassen sich aktiv gestalten. Mit einer klaren Strategie, einer vertriebsnahen Auswahl der richtigen Menschen und einem fokussierten Wirksamkeitsstart können Unternehmen den Ramp-up deutlich verkürzen und schneller messbare Ergebnisse erzielen. Wer Recruiting und Wirksamkeit zusammendenkt, gewinnt Zeit, Sicherheit und wirtschaftlichen Erfolg.

Wenn Sie mehr über DEVCON-CT erfahren möchten: www.devcon-ct.de

Oder besser: **lassen Sie uns gerne direkt ins Gespräch kommen.**

In einem Beratungsgespräch erläutere ich Ihnen, wie Sie mit unserem praxisorientierten Ansatz und dem einzigartigen Null-Lerntransfer-Prinzip die vakanten Vertriebspositionen in Ihrem Unternehmen schnell und nachhaltig besetzen und Vertriebsmitarbeiter weiterentwickeln können.

Ich freue mich darauf, Sie kennenzulernen!

Mit besten Grüßen und bis bald,

Reinhard Gasch



**Fragen Sie jetzt eine
unverbindliche
Erstberatung an!**

Ihr Ansprechpartner:
Reinhard Gasch

 +49 40 86 60 46-14

 Reinhard.Gasch@devcon-ct.de