

# Entscheidungsmatrix: externer Vertrieb

vier Modelle an sieben Kriterien, nebeneinander zum Vergleich. Zum Ausdrucken und Danebenlegen beim nächsten Anbietergespräch.

| KRITERIUM                            | Freelancer auf Stundenbasis                                                   | Agentur mit Vergütung je Termin                                      | Interim-Vertriebsleitung                                                | Hybrid: nur die Erstansprache außerhalb                                     |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Wer besitzt die Zielliste            | Häufig der Auftraggeber, der Freelancer arbeitet in dessen bestehender Liste  | Die Agentur, eigene Recherche in eigenen Werkzeugen und Systemen     | Der Auftraggeber, die Liste entsteht beim Aufbau der neuen Struktur     | Der Partner recherchiert eigenständig, übergeben wird allein der Termin     |
| Wer bestimmt den Gesprächsrahmen     | Der Auftraggeber, der Freelancer übernimmt den vorhandenen Rahmen unverändert | Die Agentur, ein an vielen eigenen Mandaten geschärfter Rahmen       | Die Interim-Leitung, der Rahmen gehört zu ihrem Führungsauftrag         | Der Partner für die Erstansprache, danach der eigene Vertrieb               |
| Wer führt den Abschluss              | Bauartbedingt nicht festgelegt, hängt von der vereinbarten Rolle ab           | Der Auftraggeber, die Agentur wird für den Termin bezahlt            | Das eigene Team, aufgebaut und geführt von der Interim-Leitung          | Ebenfalls der Auftraggeber, hier sein bereits vorhandener eigener Vertrieb  |
| Womit wird vergütet                  | Die aufgewendete Zeit, ausdrücklich nicht das erzielte Ergebnis               | Jeder gehaltene Termin, unabhängig vom späteren Geschäft             | Nicht an Einzeltermine gebunden, Abrechnungsform beim Anbieter erfragen | Die Erstansprache bis zur Übergabe, Abrechnungsform ebenfalls zu erfragen   |
| Wann steht ein sichtbares Ergebnis   | Schnell, er startet in der bereits vorhandenen Struktur des Hauses            | Ebenso schnell, sie bringt Liste, Werkzeuge und Rahmen mit           | Erst mit Verzögerung, zuerst muss die Struktur entstehen                | Früh erste Termine, der Nutzen hängt an der Übergabe                        |
| Was bleibt nach Vertragsende im Haus | Die angereicherte Liste bleibt, das Gesprächswissen geht mit ihm              | Nur die geführten Gespräche, die Recherche bleibt beim Dienstleister | Im besten Fall eine Struktur, die ohne die Person weiterläuft           | Der eigene Vertrieb samt Gesprächswissen, nur der Kontaktnachschub entfällt |
| Woran es typischerweise scheitert    | Bezahlt wird Anwesenheit, ohne enge Führung driftet die Qualität              | Eine weich gefasste Termin-Definition belohnt eine niedrige Schwelle | Ohne echte Entscheidungsbefugnis bleibt es bei der Analyse              | Eine Übergabe ohne Kontext lässt den Termin kalt wirken                     |