



Grundlagenwissen

Ihr erster Vertriebsmitarbeiter in Frankreich

September 2020

Sie wollen Ihre Produkte in Frankreich etablieren und bei unseren westlichen Nachbarn vertriebllich erfolgreich sein. Sie suchen einen Pionier, der den Markt für Sie aufbaut und Wachstum generiert. Viele Fragen ergeben sich: Wann können wir mit konkreten Umsatzergebnissen rechnen? Was muss ein Vertriebsmitarbeiter mitbringen, um als Einzelkämpfer in Frankreich erfolgreich zu sein? Welches Gehalt ist marktgerecht?

Realistische Erwartungen und Budgets definieren

Bevor Sie in einen Recruiting-Prozess einsteigen, ist eine klare Formulierung Ihrer Erwartungen empfehlenswert. Welchen Umsatz wollen Sie im ersten, zweiten und dritten Jahr in Frankreich generieren? Sie sollten sich auch Gedanken zu einem Messe- und Marketingbudget machen und abklären, ob Vorarbeiten wie beispielsweise marktspezifische Zertifizierungen oder Übersetzungen notwendig sind.

All diese Fragen werden (gute) Bewerber in Vorstellungsgesprächen stellen. Ausschlaggebend ist, dass Ihr zukünftiger Mitarbeiter sich als Baustein eines durchdachten und langfristig angelegten Expansionsprojektes sehen muss, und nicht als kurzfristiger Umsatz-Generator.

Die Problematik des Vertriebsgebietes

Beim Markteintritt ist es sicherlich in den meisten Fällen sinnvoll, schrittweise vorzugehen und nicht gleich ein komplettes Vertriebsteam mit klar abgegrenzten Gebieten zu etablieren. Dennoch wird in den Gesprächen schnell die Frage nach einer Gebietsverantwortung aufkommen. Aus unseren Erfahrungen haben sich zwei Strategien bewährt:

Systematische Marktbearbeitung eines abgegrenzten Gebietes: Gibt es regionale Schwerpunkte für Ihre Produkte? Wie sind Ihre Zielkunden auf Frankreich verteilt? Wählen Sie die Regionen mit den höchsten Erfolgsaussichten für den Startschuss und übertragen Sie Ihrem Mitarbeiter die Verantwortung für zwei oder drei Verwaltungsregionen.

Zielgerichtete Akquise von Key Accounts in ganz Frankreich: Sie wissen, wer Ihre Zielkunden sind, und wollen diese ganz gezielt angehen? Dann kann es sinnvoller sein,



einen Key Account Manager zu suchen, der einen klar definierten Kundenkreis in ganz Frankreich bearbeitet.

Zugang zur Zielgruppe als entscheidendes Auswahlkriterium

Sie wünschen sich schnelle Umsatzerfolge, um Ihr Frankreichprojekt als Erfolg verbuchen zu können. Unsere Erfahrung hat gezeigt: Ein erster Mitarbeiter im Land sollte die Zielgruppe kennen und über entsprechende Zugänge verfügen. Idealerweise kommt er vom Wettbewerb und kennt Produkte und Zielgruppe. Unserer Erfahrung nach sind Zugänge zum Kundenkreis bei dieser Pionier-Aufgabe wichtiger als Produktkenntnisse und beschleunigen den Akquise-Erfolg um ein Vielfaches.

Der „richtige“ Positionstitel

Bei der Auswahl einer passenden Berufsbezeichnung für Ihren Vertriebsmitarbeiter stehen Sie vor der Qual der Wahl. Es gibt sehr viele Bezeichnungen, die unterschiedlich konnotiert sind, aber auch oft unpassend verwendet werden.

Hier eine Auswahl (ohne Anspruch auf Vollständigkeit). Gerne helfen wir Ihnen bei der Wahl des passendsten Titels.

- Ein **Responsible Commercial**, „Vertriebsverantwortlicher“ ist ein dehnbarer Begriff. Er kann eine Gebietsverkaufsleitung beinhalten, möglicherweise aber auch die Leitung eines Vertriebsteams und strategische Aspekte der Vertriebspolitik. Es ist ein Titel, der bei Markteintrittsprojekten recht häufig verwendet wird.
- Ein **Ingénieur Commercial**, Vertriebsingenieur, verkauft technische Produkte mit hohem Erklärungsbedarf, z.B. Maschinen und Anlagen. Anzumerken ist, dass diejenigen, die diesen Titel auf Ihrer Visitenkarte haben, nicht unbedingt ein Ingenieursstudium abgeschlossen haben.
- Ein **Commercial** verkauft i.d.R. Katalogprodukte ohne hohe technische Komplexität.
- Der **Directeur Commercial** ist der Vertriebsleiter, der die Vertriebsstrategie festlegt und ein Team von Vertriebsmitarbeitern führt.
- Der **Responsible Grands Comptes** ist der französische Key Account Manager.
- Ein **Technico-Commercial** verkauft technische Produkte, oft Katalogprodukte, es können aber auch kleinere Maschinen sein. Oft haben diese Mitarbeiter einen technischen Background, aber nicht immer.



Marktübliche Gehälter im Vertrieb in Frankreich

Die Spannweite der Gehälter im Vertrieb in Frankreich ist sehr groß, und die meisten Gehälter variieren je nach Branche, Region, Erfahrung und Verantwortung zwischen 40.000 und 80.000. Für Ihre Mitarbeiter ist ein leistungsorientiertes Gehaltspaket ohne Deckelung des erfolgsbezogenen Anteils motivierend. In der Startphase kann ein pauschaler Bonus anstelle des erfolgsbezogenen Anteils sinnvoll sein.

Zusammenarbeit

Ihr Vertriebspionier in Frankreich braucht eine interne Plattform, um seine Erfahrungen aus dem Markt kommunizieren zu können. Investieren Sie hierzu ausreichend Zeit! Im ersten Jahr wird es immer mal wieder Anpassungsbedarf an den französischen Markt geben. Ihr Marketing, Ihre Prozesse und vor allem auch der Innendienst sollten darauf vorbereitet sein. Je nach Marktpotenzial sollten Sie in manchen Bereichen über länderspezifische Anpassungen nachdenken (auch wenn es schwerfällt). Es kann sich langfristig auszahlen.

Die richtige Auswahl Ihres Frankreich-Pioniers ist entscheidend für den Projekterfolg! Gerne stehe ich Ihnen für individuelle Rückfragen zu diesen und anderen Themen rund um Frankreich zur Verfügung.

Autorin: [Nina Meyer](#)

Ihre deutschsprachige Ansprechpartnerin:

LIEBICH & PARTNER
Management- und Personalberatung AG



Nina Meyer

Partner Recruiting & Executive Search

meyer@ffu.eu
+49 (0) 7221 9078 0 (Telefon)
+33 (0)6 65 12 66 56 (Mobil)

LIEBICH & PARTNER
Management- und Personalberatung AG

Liebich & Partner
Gewerbepark Cité 20
Marstall Unterlinden
D-76532 Baden-Baden

+33 (0)3 88 45 65 45
liebich-partner@ffu.eu
www.liebich-partner.de