

Wirkungsvoller Vertrieb mit Business-Coaching

Hans Herrmann, HMC Market Consulting

Oktober 2013

Wirkungsvoller Vertrieb mit Business-Coaching.

Personal-Entwicklung im Vertrieb: Nachhaltige Mitarbeiterförderung.

Erklärungsbedürftige Produkte und Dienstleistungen erfolgreich zu verkaufen hängt im Wesentlichen vom Einsatz und der Kompetenz der Mitarbeiter im Vertrieb ab. Um jedoch sowohl deren Leistungsbereitschaft als auch Leistungsfähigkeit nachhaltig zu steigern, reichen standardisierte Produkt- und Verkaufstrainings meist nicht aus. Deutlich wirkungsvoller sind praxisnahe Einzel- bzw. Kleingruppen-Coachings wie die Erfahrung in der Vergangenheit gezeigt hat.

Was sind die unterstützenden Maßnahmen, um die Vertriebsziele zu erreichen? Wie kann letztlich gemessen werden, ob die eingeleiteten Aktivitäten erfolgreich waren? Welchen Einfluss haben die einzelnen Mitarbeiter? Diese Fragen müssen vom Vertriebsmanagement diskutiert und beantwortet werden. Die Praxis zeigt hier jedoch, dass eine erhebliche Unsicherheit bzw. Lücke besteht, da in der Vergangenheit kaum eine Messung von Vertriebs- bzw. Marketingmaßnahmen vorgenommen wurden, um deren Wirksamkeit und Effizienz zu prüfen.

Individuelle Unterstützung ist gefragt.

Nimmt man das Beispiel IT, so hat man es mit Mitarbeiter zu tun, die vertrauensvoll ihre Kunden beispielsweise mit Software-Produkten beraten sollen. Hier kommt es auf die einzelne individuelle Einstellung des Kundenberaters an. Ein Mix aus Motivation, Best-Practice-Training, Coaching und einem Wettbewerb innerhalb der Vertriebsteams bringt deutlichen Verkaufserfolg. Durch die individuelle Unterstützung fühlen sich die beteiligten Mitarbeiter sehr wohl, sind hoch motiviert.



Sinn eines Coachings ist es, dass der Coachee (z. B. Vertriebsmitarbeiter) selbst seine eigene Lösung findet. Dabei wird nach klaren Strukturen vorgegangen, um den Coachee von der Analyse bis zur gemeinsamen Lösungsfindung zu unterstützen. Man sucht Verhaltensziele, macht Vorschläge, zeigt auf, wie andere erfolgreich waren, berichtet von Erfah-

Man sucht Verhaltensziele, macht Vorschläge, zeigt auf, wie andere erfolgreich waren, berichtet von Erfah-

rungen und hilft dem Coachee die notwendige Leichtigkeit sowie entsprechende Techniken zu entwickeln, um erfolgreich im Kundengespräch bestehen zu können.

Feedback liefert Impulse.

Wie die Praxis immer wieder zeigt, ist der Nutzen allgemeiner (Standard-) Verkaufstrainings meist begrenzt. Langjährige Vertriebsmitarbeiter können dies bestätigen. Hier ist ein Umdenken vom Verkaufstraining zum Einzel- bzw. Kleingruppen-Coaching mit Best-Practice-Training erforderlich. Dadurch werden ein authentisches Vorgehen und eine Anerkennung der bisherigen Leistungen der Mitarbeiter gefördert. Insbesondere Coachings im Vertriebsalltag der Vertriebsmitarbeiter unterstützen sowohl laufende Kampagnen als auch liefern nachhaltige Verkaufserfolge. In diesen individuellen Coachings werden weiterführende Möglichkeiten aufgezeigt, Kompetenzlücken geschlossen und direkt in der Verkaufs- bzw. Beratungspraxis eingesetzt.

Das Feedback nach jeder Beratung liefert dem Vertriebsmitarbeiter weitere Impulse. Individuell geschieht dies telefonisch oder auch per E-Mail. Weitere Nebeneffekte durch Coachings sind u. a.:

- Weiterentwicklung der verkäuferischen Potentiale
- Persönlichkeitsentwicklung der Vertriebsmitarbeiter
- Förderung der Teambildung
- Profilierung der Stärken des Einzelnen
- Etablierung dauerhafter Erfolgsstrategien
- Einsatz der Teammitglieder nach deren Stärken

Wirkungsvoller Vertrieb mit Business-Coaching.

Die Mittel des Erfolges mit einem professionellen Coaching ist die Stärkung der Vertriebsmitarbeiter durch den Ausbau der verkäuferischen Stärke, der Belastbarkeit, der Empathie und weiterer Schlüsselkompetenzen. Insbesondere die Methode des Business-Coachings ist sehr effektiv, denn der Mitarbeiter kann im nächsten Moment das Erlernte direkt in seinem Alltag umsetzen. Thomas Frick von der Verkaufshilfe Unternehmensgruppe trifft oft mittlere

re IT-Unternehmen mit geringer Vertriebserfahrung. „Da helfen bereits wenige individuell begleitende Praxistage um dem IT-Spezialisten mit verkäuferischen Skills Erfolge zu vermitteln.“ Coaching ist Begleitung im Alltag und damit absolute Praxis. Also ein Mittel, mit dem die nachhaltigste Wirkung im Verkaufsergebnis erzielt werden kann.

© Eine Weitergabe oder eine Reproduzierung des Textes nur mit schriftlicher Genehmigung durch den Verfasser.

Hans Herrmann ist Consultant in Michelstadt und arbeitet im Rahmen eines Netzwerks mit der internationalen Strategieberatung 2hm & Associates in Mainz zusammen. Er verfügt über eine Ausbildung als Bankkaufmann und über ein betriebswirtschaftliches Studium. Nach langjähriger Tätigkeit als Manager „Strategisches Marketing“ bei einem internationalen Zulieferer ist er seit 10 Jahren geschäftsführender Gesellschafter bei 3hm Automotive, einer branchenorientierten Strategieberatung sowie Inhaber der hmc Market Consulting. Schwerpunktmäßig beschäftigt sich Hans Herrmann mit der markt- bzw. kundenorientierten Ausrichtung von Unternehmen. Grundlage sind auf Marktforschung basierende Problemlösungen, die zur Umsetzung im Unternehmen führen.

E-Mail: info@market-consulting.eu

Internet: <http://www.market-consulting.eu>