

Inhouse: Change im Vertrieb

A) Vertriebsprofis zu internen Trainern machen

Was wir tun ...

Wir bilden Ihre besten Vertriebsexperten zu Spitzen-Trainern aus. Ihre Vorbilder finden so Nachahmer.

Ihr Vertriebs-Know-how und Erfolgsstrategien werden im Unternehmen aufgebaut und multipliziert. Unter der Leitung Ihrer eigenen Erfolgs-Trainer, die weiterhin im Vertrieb aktiv bleiben, werden Ihre Mitarbeiter weiter entwickelt und kontinuierlich begleitet. Effizienz und Nachhaltigkeit sind nicht die einzigen Effekte, die Sie erwarten dürfen: Ihre Unternehmenskultur wird sich wandeln. Denn die Nachahmer Ihrer Vorbilder werden angespornt, denn sie wollen genauso positiv im Rampenlicht stehen. Ein wahrnehmbarer Ruck wird durch Ihre Vertriebsmannschaft gehen.

Wie wir das tun...

Wir beraten sie zunächst, wie und mit welchen Vertriebsexperten Sie die Maßnahme in Ihrem Unternehmen aufsetzen können, um den größtmöglichen Effekt zu erzielen.

Danach konzipieren wir die Train the Trainer-Maßnahme. Wir bauen auf dem auf, was bereits vorhanden ist und ergänzen das, was noch fehlt.

Unsere Train the Trainer-Maßnahmen sind so aufgebaut, dass die Teilnehmer ihre eigene Trainingsmaßnahme als Praxistransfer parallel konzipieren. Das hat den Effekt, dass zum einen Methoden erlernt werden und zum anderen mit Abschluss der Maßnahme jeder Teilnehmer einen eigenen fertig supervidierten Trainerleitfaden erarbeitet hat. Das bringt eine hohe Anlaufdynamik und schafft Sicherheit für den Trainer in seiner neuen Rolle. Wir arbeiten mit bewährten und neuen Methoden, die aufgrund der neuesten Gehirnforschung in den letzten Jahren stark verändert wurden. Daneben sind uns Dynamik, Spaß und Leistung wichtig, das erleben Sie bei uns und das fordern und entwickeln wir bei unseren Teilnehmern.

B) Kundenkommunikation im Vertrieb

Was wir tun...

Wir sind davon überzeugt, dass nur aufrichtige und persönliche Kommunikation zu einem individuellen und langfristig guten Kundenkontakt führt.

Ihre Vertriebsmitarbeiter lernen, wie sie ihre eigene innere Haltung überprüfen und verbessern können, denn wenn die Augen Ihrer Mitarbeiter für die Produkte leuchten, haben es die Kunden viel leichter zu kaufen. Sie werden üben, einen guten Kontakt zu unterschiedlichen, auch schwierigen, Kunden aufzubauen und zu halten. Sie werden merken, dass Ihre Mitarbeiter Ihren Kunden zukünftig mehr Fragen stellen, um mehr über deren Bedarf zu erfahren, um noch zielgerichteter Ihre Produkte und Dienstleistungen zu verkaufen.

Wie wir das tun...

In einem Erstkontaktgespräch stellen wir Fragen, um mehr über Ihren Bedarf und die betreffenden Mitarbeiter zu erfahren.

Auf der Grundlage des Gespräches erstellen wir Ihnen ein auf Ihre Situation ausgerichtetes Trainingskonzept.

Da Kommunikation nur durch Kommunikation trainiert werden kann, weisen unsere Trainings immer einen hohen Praxisanteil auf. Auf einen theoretischen Input folgen immer knackige, praktische Umsetzungen in Form von Rollenspielen und Gruppenarbeiten.



Ihre Mitarbeiter erlernen Methoden, die einen individuellen Kundenkontakt ermöglichen und zu mehr Flexibilität im Handeln führen. Wir trainieren den Einsatz von Fragen, die ein besseres Verstehen des Kunden ermöglichen. Gleichzeitig arbeiten wir mit vorhandenen Erfolgsstrategien Ihrer Vertriebsmitarbeiter (Was macht bestimmte Mitarbeiter zum Beispiel im Gespräch mit schwierigen Kunden erfolgreich?). Die Arbeit mit und an Erfolgsstrategien hat den Vorteil, dass vorhandenes Wissen und Fähigkeiten vertieft und weitergegeben werden. Diese Vorgehensweise sichert uns einen hohen Praxistransfer.

C) Change yourself: Selbst- und Stressmanagement für Vertriebsmitarbeiter

Was wir tun...

Wir sorgen für mehr Gelassenheit und Wohlbefinden bei Ihren (internen) Vertriebsmitarbeitern (z.B. CallCenter-Agents). Denn gerade im Vertrieb erleben Mitarbeiter Zeiten mit viel Druck und Dynamik. In unseren Trainings lernen Ihre Mitarbeiter "gesunde Stressmomente" für sich zu nutzen und "ungesunde" zu reduzieren.

Wie wir das tun...

Ihre Mitarbeiter brauchen ein "gesundes" Maß an Stress, um aktiv und leistungsfähig zu sein. Wann Stress als gesund und wann er als ungesund wahrgenommen wird, ist jedoch individuell ganz unterschiedlich. Sobald eine Aufgabe größer erscheint als die eigenen Fähigkeiten, die zur Bewältigung benötigt werden, entsteht "ungesunder" Stress. Dieses Stressempfinden kann, wenn es über einen langen Zeitraum aufrechterhalten wird, von einer Leistungsabnahme bis zur kompletten Leistungsunfähigkeit führen und somit gesundheitsschädliche Auswirkungen haben.

Je nach Auftragsklärung arbeiten wir mit Methoden aus dem Wahrnehmungs-, Mental- sowie Selbst- und Zeitmanagementtraining.

Jedes Training beginnt mit einer individuellen Standortsbestimmung. Ihre Mitarbeiter identifizieren eigene Stresssituationen und entwickeln, im Laufe des Trainings, Handlungsalternativen. Sie übernehmen die Verantwortung für ihr eigenes Wohlergehen und überprüfen eigene Einstellungen zu Situationen, Aufgaben und Fähigkeiten.

Sie lernen ihren Tag so zu gestalten, dass stressige Situationen sich entzerren bzw. ausgeglichen werden können.

Das Training ist geprägt durch einen hohen Anteil an Einzel- und Paararbeiten, in der das Thema Selbstreflexion einen großen Raum einnimmt.

D) Großprojekte im Vertrieb

Wenn sie viel bewegen wollen, sind wir die richtigen Partner für Sie. Besonders im Vertrieb haben wir umfangreiche Erfahrungen und Referenzen.

Wir stellen Trainerkapazitäten zur Verfügung und bieten auch die Konzeption von Trainingsmaßnahmen an. Wir arbeiten dabei mit den neuesten Methoden und Ansätzen und können auch erfahrenen und gut trainierten Vertriebsmitarbeitern neue Impulse vermitteln.

Wir arbeiten dabei immer mit der Methode des Accelerated Learnings (beschleunigtes Lernen), die es uns ermöglicht, sowohl die Behaltensquote in den Trainings zu steigern als auch die Trainingszeit zu verkürzen. Immer mehr Kunden greifen auf unser Angebot der Multiplikatoren-Ausbildungen, als zusätzliche Unterstützung in Großprojekten, zurück. Der Vorteil ist, wenn wir diese speziell ausgewählten Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen ausgebildet haben, dass das Wissen und die Methode der Vermittlung in Ihrem Unternehmen bleibt und multipliziert werden kann. So können Sie mit eigenen Kräften, ohne externe



Kosten, Refresher-Tage durchführen, neue und weitere Mitarbeiter nach dem bewährten Konzept trainieren.

Die Multiplikatoren durchlaufen meist die von uns durchgeführten Veranstaltungen, z.B. eine neue Vertriebsschulung, wie die anderen Teilnehmer auch, erhalten dann eine gesonderte Schulung, die sich mit dem Vermitteln der Inhalte beschäftigt und werden dann als Assistenten und Co-Trainer weiter auf die neue Aufgabe vorbereitet.

Systemisches Vertriebstraining: "Der lernende Vertrieb": Damit das Wissen da entsteht und so weiterentwickelt wird, wie es für Ihr Unternehmen wichtig ist.

Was ist der Unterschied der den Unterschied ausmacht zu herkömmlichen Trainingskonzepten?

In jedem Vertriebsteam gibt es Mitarbeiter, die punktuell oder insgesamt optimal agieren. Mit unserem Konzept greifen wir diese Erfolgsstrategien auf, machen sie transparent und arbeiten so damit, dass Ihre Mitarbeiter "von innen heraus" lernen. Der Trainer stülpt nicht sein Expertenwissen auf die Teilnehmer, sondern moderiert einen Prozess, in dem die Teilnehmer ihre eigene, mehr oder weniger bewusste, Vertriebskompetenz erforschen. Wir arbeiten so, dass den Teilnehmern auch bewusst wird, welche Punkte nicht optimal laufen und erarbeiten hierfür mit den Teilnehmern Lösungsstrategien. Am Ende des Trainings haben die Teilnehmer alle Lösungen und Fähigkeiten selbst erarbeitet und genau dies stiftet Identifikation und Motivation für die Umsetzung.

Ausgangssituation

Das größte Problem von Trainingsmaßnahmen ist die Ineffizienz. Gründe dafür sind:

- Die Teilnehmer sehen keinen wirklichen Sinn im Training ("Was wollen die schon wieder von uns?", "Statt dessen könnte ich zwei Tage Geschäft schreiben", "Wir können und kennen doch eh das, was der Trainer uns vermitteln wird").
- Die Identifikation mit den Inhalten, die die Aufnahmebereitschaft extrem beeinflusst, ist bei den Teilnehmern oft nicht vorhanden. Das liegt daran, dass die trainierten Inhalte "aufgesetzt wirken", "nicht praxisrelevant sind", "zu lange dauern", "nicht der Unternehmenskultur entsprechen", "nicht den Kundenwünschen angemessen sind", so die Teilnehmer.
- Das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens wird häufig nicht beachtet, weil die Trainer es schlichtweg nicht kennen und somit auch nicht sauber vermitteln können.
- Die Erfolgsfaktoren guter und sehr guter Vertriebsmitarbeiter fließen nicht in die Trainingskonzepte ein. Vorhandenes Wissen im Unternehmen wird somit nicht genutzt und liegt brach.
- Viele gute Vertriebsmitarbeiter werden mit ihrer Kompetenz nicht wertgeschätzt, wenn sie immer wieder zu Vertriebsstrainings eingeladen werden, in denen ihnen bekanntes Wissen vermittelt und sie nicht eingebunden werden.
- Die Teilnehmer werden nicht ausreichend gefordert, weil eine Konsumentenhaltung entstanden ist ("Mal gucken, was der Trainer zu bieten hat"). Ein Teilnehmer der nicht die Notwendigkeit zum Lernen sieht, kein Ziel hat, wird nicht lernen können.

Ziele

- Sehr hohe Motivation für das Erlernen von neuem Know How
- Das Vertriebs-Know-How aller Mitarbeiter so darstellen, dass es allen zur Verfügung gestellt wird
- Das Wissen und die Erfahrung erfolgreicher Mitarbeiter nutzen
- Förderung einer leistungsorientierteren Unternehmenskultur



- Entwicklung von Vertriebs- und Erfolgsstrategien, die zu Ihren Produkten und Ihren Kernkompetenzen passen
- Hohe Identifikation mit neu erlerntem Vertriebs-Know How
- Sehr hohe Lernkurven bei Ihren Mitarbeitern
- 100% Praxisbezug
- Verbesserung des Kosten-Nutzen-Verhältnisses von Trainingsmaßnahmen
- Implementierung eines Workshop-Trainingsdesigns, das Ihren Vertrieb zu Spitzenleistungen bringen wird und aus eigener Kraft betrieben werden kann

Methode

Systemtheoretische Erkenntnisse sind Grundlage dieses Trainings. Die Systemtheorie beschreibt unter anderem, dass eine so genannte "Evolution", eine gemeinsame Weiterentwicklung (z.B. die Vertriebsmannschaft soll die Vorgaben der Vertriebsleitung umsetzen) nur möglich ist, wenn alle "betroffenen Personen" einen Sinn darin sehen und es ihnen nützlich erscheint. In der Systemtheorie spricht man von "Anschlussfähigkeit" die dann entsteht. Nützlich und sinnvoll erscheint immer das was man selbst erarbeitet, wofür "man steht".

Das Workshop-Konzept ist so aufgebaut, dass die Vertriebsmitarbeiter "automatisch" anfangen zu lernen, weil sie einen hohen Nutzen aus der Vorgehensweise ziehen und die Weiterentwicklung der Vertriebsstrategien ihnen zu dem Spaß bringen wird.

Das im Vertrieb vorhandene Wissen wird mit Hilfe des Konzeptes transparent gemacht (Erfolgsstrategien werden erarbeitet und verdeutlicht) und so aufbereitet, dass alle Teilnehmer die Erfolgsstrategien erlernen.

Das, was die Mitarbeiter zusätzlich zu den vorhandenen Kompetenzen, wichtig finden zu lernen, wird als Input von uns geliefert. Die Mitarbeiter lernen nur das, was sie wichtig finden zu lernen. Der Fokus der Teilnehmer wird durch uns Trainer auf das gelenkt, wo unserer Meinung nach Verbesserungspotential brach liegt.

Vorgehensweise

Die Vorgehensweise eines solchen Konzeptes hängt von der Ausgangssituation im Unternehmen ab. Der Workshop- bzw. Trainingsdienstleistung geht ein Beratungsgespräch voraus, in dem die genaue Situation im Unternehmen und die verfolgten Ziele erörtert werden. Daraufhin entwickeln wir eine Konzeption. Die initiierten Workshops, das Herz unseres Konzeptes, sollten regelmäßig stattfinden, jedoch entstehen unseren Kunden daraus keine regelmäßigen Kosten für unsere Trainerhonorare, da die Workshops, sobald die Methodik erlernt wurde, durch die eigenen Mitarbeiter durchgeführt werden.

Wir implementieren bei Ihnen ein Workshopdesign, das durch einen Trainer oder Moderator in Ihrem Hause durchgeführt werden kann.

Praxisfälle für Vertriebstrainings und Großprojekte:

Fall 1)

Eine Bank benötigt ein großes, erfahrenes Trainerteam, um in kurzer Zeit alle Kundenberater auf eine neue Vertriebsstrategie und auf neue Tools zu trainieren.



Fall 2)

Ein Versicherungsunternehmen schult seinen gesamten Außendienst. Ausgangssituation war die Feststellung, dass die Außendienstler gegenüber Kunden wie "Maschinen" aufgetreten sind und aufgrund der sehr "technischen Kommunikation" und der mangelnden empathischen Kundenbeziehung eine hohe Bereitschaft zur Abwerbung vorhanden war. Zuerst wurden die Führungskräfte geschult und darauf vorbereitet, "emotional intelligent", empathisch und kongruent zu führen. Die Vertriebsschulung wurde auf die Themen "Wahrnehmung, Empathie und Kundenziele" fokussiert. Individuelle, weiche Kennzahlen unterstützten den Außendienstmitarbeiter bei seiner subjektiven Einschätzung des jeweiligen Kundenkontaktes. An einem "Refresher-Nachmittag" wurden Praxisfälle besprochen sowie Inhalte aufgegriffen und vertieft.



alwart+team
Susanne Alwart
Ditmar-Koel-Str. 23a
20459 Hamburg
fon +49 40/317 939 00
fax +49 40/317 939 01
info@alwart-team.de
www.alwart-team.de