

Gsponer.

«plus2» – es geht weiter

Das Feuer am Brennen halten

Wir haben in unserer vorletzten Ausgabe des Catch the Chance über «plus» berichtet – ein erfolgreiches Projekt der Kreissparkasse München Starnberg zur Steigerung der Effektivität und Effizienz im Vertrieb. Im Zentrum stand im vergangenen Jahr die Steigerung der Verkaufskompetenz mittels Multiplikation über die Führungskräfte. Die Erfolgsmessungen im Rahmen der Marktbearbeitungsphasen haben zum einen rein quantitativ den Erfolg des Programms unterstrichen. Zum anderen haben Mitarbeiterbefragungen deutlich gezeigt, dass das «plus»-Feuer entfacht wurde. Dieses gilt es nun am Brennen zu halten. Aus diesem Grunde liegt der Fokus im laufenden Jahr nun auf einer Steigerung der Effizienz in der Vertriebsführung.

Das Sales-Meeting – ein Erlebnis

Unter dieses Motto könnte man «plus2» stellen. Die Hauptziele des Jahres 2004 im Rahmen von «plus2» liegen im gezielten Weitertreiben der begonnenen Professionalisierung der Verkaufskompetenz auf Führungs- und Mitarbeiterstufe sowie im Aufbau eines einheitlichen Verständnisses zum Thema «Verkaufsführung und Verkauf-coaching». In engem Zusammenhang damit steht auch die Befähigung der Führungskräfte, die Potenziale ihrer Kundenberater zu erkennen und gezielt weiterzuentwickeln. Dreh- und Angelpunkt ist das wöchentlich stattfindende Verkaufs-Meeting. Hier ist der Vorgesetzte als Verkaufs-Führungspersönlichkeit gefordert. Im Kern geht es darum, in regelmässig stattfindenden Sales-Meetings, mittels einer strukturierten und ziel-führenden Vorgehensweise, die individuellen Wochen- beziehungsweise Monatsziele im Sinne einer Soll-Ist-Analyse gemeinsam abzugleichen. Jedes Teammitglied berichtet kurz über die vergangene Woche bzw. den vergangenen Monat und kommuniziert gleichzeitig, welche Themen und welchen Massnahmen in der nächsten Woche in Angriff genommen werden sollen. Für den verantwortlichen Teamleiter ist dies eine besonders herausfordernde Aufgabe. Ziel ist es, seine Mitarbeiter zu motivieren und zu begeistern und sie hinter sich zu vereinen, um so am Markt noch erfolgreicher zu sein.

Gsponer.

Die vier Erfolgsfaktoren (im Meeting)

Akzeptanz und Begeisterung für die Umsetzung kann nur schaffen, wer es versteht, alle vier Erfolgsfaktoren für sich arbeiten zu lassen. Einer dieser Erfolgsfaktoren ist die Darstellung von Zahlen, Daten und Ergebnissen – dies beinhaltet sowohl die Darstellung der Faktenlage als auch eine Rückschau auf die vergangene und einen Ausblick auf die folgende Woche. Diese Darstellung sollte zur klaren Orientierung des Einzelnen und des Arbeitsteams beitragen. Zweiter Erfolgsfaktor ist die Einteilung in kleine Ausbildungseinheiten innerhalb der Arbeitsteams. So wird es möglich, dass die Inhalte aus «plus» stetig und adäquat trainiert werden. Aktuelle Marktthemen im Sinne der Informationsvermittlung mit entsprechenden Spezialisten ist ein weiterer Faktor, der unterstützt, Wissen in einem permanenten Prozess bei den einzelnen Teammitgliedern zu verankern, um den täglichen Herausforderungen gestärkt entgegenzuschauen. Und last but not least der Spirit als vierter Punkt, ohne den die Umsetzung nicht realisierbar ist.