

# „Die Geheimnisse der Best-Performer für alle Vertriebsmitarbeiter“



Erste Informationen zur Vorgehensweise

Ansprechpartnerin: Iris Pieper, Leiterin Personalentwicklung

Diese Präsentation bleibt geistiges Eigentum der personal-point GmbH.

## Ziele des Best-Performer-Profilings



Die besten Vertriebler werden hinsichtlich der Erfolgsgründe eingeschätzt. Eine aus den Best-Performer-Profilen abgeleitete Checkliste hilft den Führungskräften im Coaching ihrer Vertriebler.

1. Den Vertriebserfolg des Unternehmens sichern.
2. Die Kriterien zur eindeutigen Einschätzung von Leistungsverhalten des Vertrieblers sind auf Basis von Erfolgskennzahlen definiert.
3. Der Leiter gewinnt die Vertriebler für den eigenen Produkt-Verkauf, da er den Mehrwert „Coaching mit den Geheimnissen der Best-Performer“ bietet.
4. Der Leiter berät die Vertriebler hinsichtlich ihrer zusätzlichen Erfolgchancen anhand der Best-Performer-Checkliste.
5. Das Feedbackverhalten der Leiter ist verbessert.

# Projektphasen, wichtigste Inhalte

Die Faktoren des Vertretererfolgsprofils sind definiert. Eine „Development-Checkliste“ gibt Praxistipps zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit der Vertriebler. Die Leiter werden kurz qualifiziert in der Anwendung der Checkliste.

Thema: Best-Performer-Profilung					
Projektphasenplan					
Ph-Nr	Phasen	Beschreibung	Beginn	Ende	Nettoinvest
A	Konzeption	Interview mit HR und verschiedene Leitungsebenen, Konzeption			
B	Interviews Best-Performer	Interviews mit den Best-Performern (Basis ist der Vertriebsprozess), Definition d. Best-Performer durch Leistungskennzahlen.			
C	Simulation der Kundensituationen	Konzeption, Durchführung von eintägigen Simulationen wichtigster Kundensituationen. Reflexion darüber in der Gruppe.			
D	Profilanalyse, Bericht, Development-Checkliste	Korrelations- und Expertenanalyse der Daten (Leistungsdaten etc.) Erfolgsfaktoren identifizieren, Profil mit Verhaltensindikatoren.			
E	Qualifizierung der Leiter zur Anwendung der Checkliste	Einweisung der Leiter in die Anwendung der Development-Checkliste, Reflexion der Rolle und Umgang mit schwierigen Fällen			

## Phase A & B: Interview mit Personalentwicklung, Filialleiter, Leitern der jeweiligen Organisations-Einheit, Vertretern



Interviews mit Experten, was Sie wie, warum in der jeweiligen Vertriebsprozessphase machen. Welche Phasen intensiver beleuchtet werden sollen. Die Verhaltensweisen entlang des Sales-Prozesses werden reflektiert und - wenn möglich - am Arbeitsplatz beobachtet.

<i>Sales-Prozess (anzupassen)</i>	--	-	-/+	+	++
Marktanalyse/Ideen für Geschäft					
Adress-Qualifizierung					
Telefonkontakt, Terminvereinbarung					
Vorbereitung des Gesprächs					
Kommunikation und Bedürfnisklärung					
Bedarf erkannt und Angebot passt					
Abschlussorientierung					
Pflege, Hartnäckigkeit					
Add-On's; „Damit hätte ich gerechnet“					

## Phase C: Die Vertriebsprofilanalyse (VPA): Ein bewährter Bogen wird ausgebaut zur unternehmensspezifischen Profilanalyse



Die Vertriebsmitarbeiter erhalten einen Selbsteinschätzungsbogen, der auf dem erprobten VPA-Bogen basiert. Der VPA wurde ergänzt mit unternehmensspezif. Verhalten aus den Interviews. Es können auch Fragen zur Erwartung an das Führungsverhalten eingebunden werden.

Dimensionen des VPA
Aktivität / Initiative
Kontaktfreude
Vertriebsplanung und Organisation
Bedarfserkennung
Kommunikationsstärke
Persönliche Ebene
Fachliche Ebene
Kundenorientierung
Umsatzorientierung
Produktausrichtung
Projekt- / Dienstleistungsausrichtung

Die Verkaufspotenzialanalyse (VPA) ist ein Testverfahren zur Standortbestimmung im Verkauf. In vier großen Kategorien unterteilt, werden 11 maßgebliche Dimensionen der Verkaufsausrichtung erfasst. Diese können wiederum zu Verkaufstypen zusammengefasst werden.

## Phase C: Simulation der wichtigsten Kundensituationen

An einem Tag werden die wichtigsten Kundensituationen simuliert und das Verhalten der High-Performer mit Video aufgenommen, anschließend mit allen analysiert hinsichtlich Unterschiede und Gemeinsamkeiten: Was sind generelle Erfolgsfaktoren und was ist personenspezifisch?

### **Die Adressenanalyse**

Wie werden die Entscheider und deren Nutzen identifiziert?

### **Das Akquisetelefonat**

Wie erhalten Sie Termine?

### **Die Vorbereitung**

Welche Informationen, Materialien werden vorbereitet?

### **Der Start des Gesprächs**

Wie schaffe ich Interesse, Vertrauen?

### **Die Fragephase des Gesprächs**

Wie erkennen Sie den Bedarf des Kunden?

### **Infophase und Abschluss**

Wie informieren Sie und bringen den Kunden zum Abschluss?

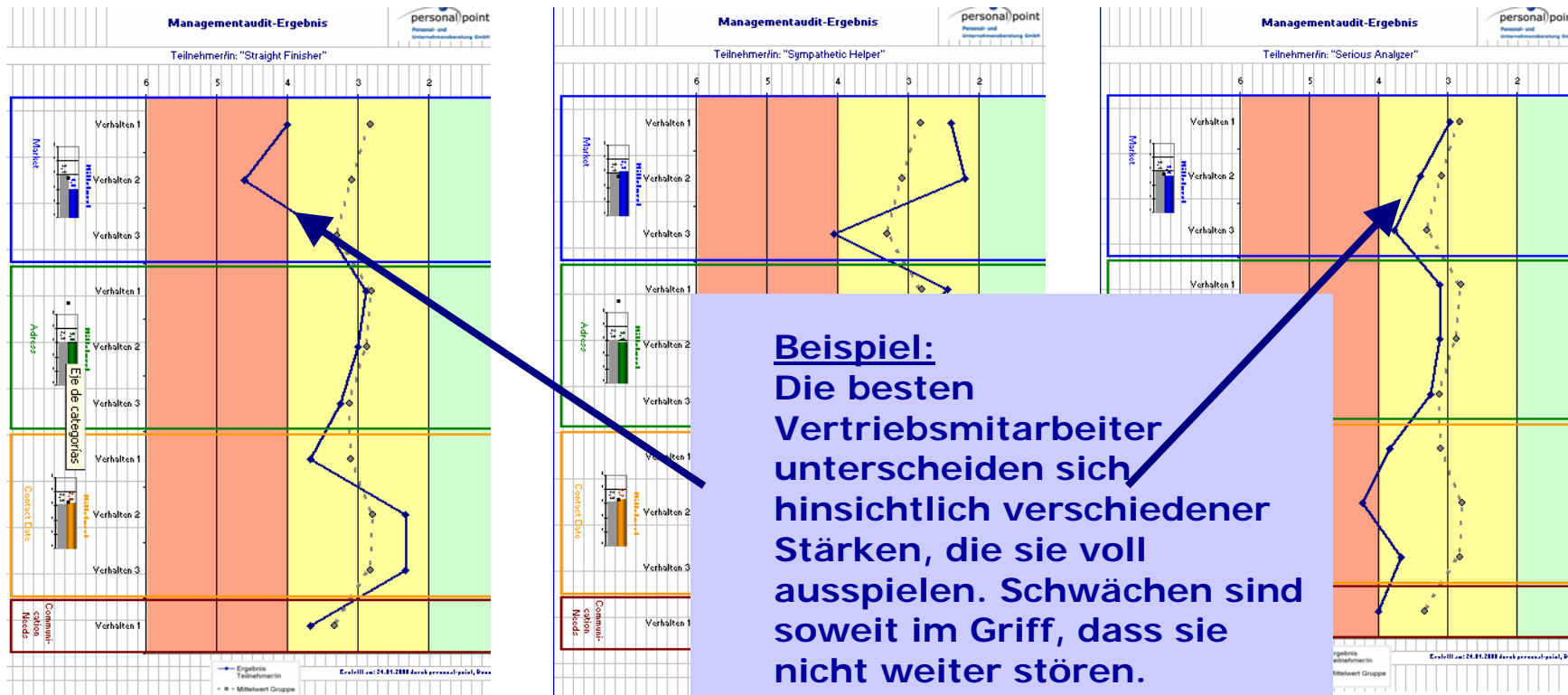
# Phase D: High-Performer-Sales-Profile

Aus den Interviews mit Organisationsleitern, den Selbsteinschätzungsbögen und ggf. der Simulation mit 12 Best-Performern ergeben sich die Best-Performer-Profile des Unternehmens. Wie viele unterschiedliche Erfolgs-Profile es gibt, wird im Prozess festgestellt.

Profil 1  
„Fleiß“

Profil 2  
„Analyse“

Profile 3  
„Kommunikation“



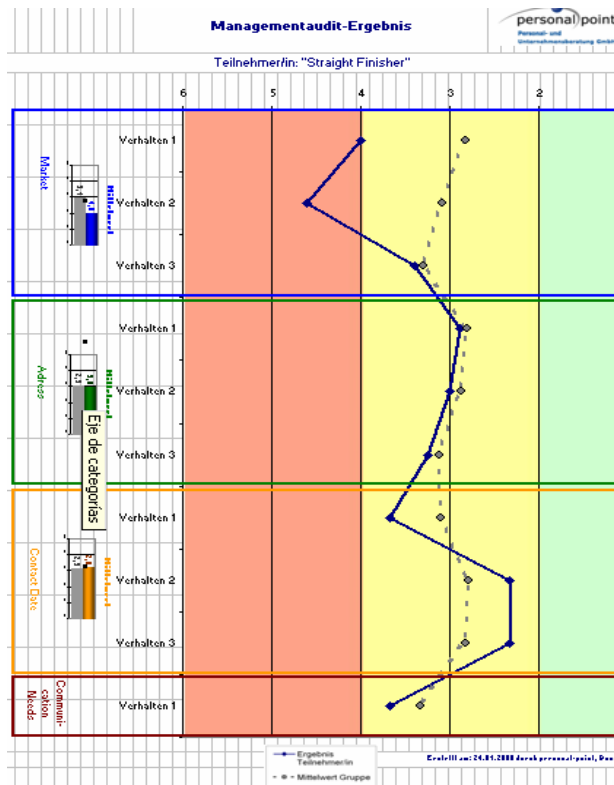
**Beispiel:**  
Die besten Vertriebsmitarbeiter unterscheiden sich hinsichtlich verschiedener Stärken, die sie voll ausspielen. Schwächen sind soweit im Griff, dass sie nicht weiter stören.

## Phase D & E: Der Bericht und die Development-Checkliste

- In einem ca. 20-seitigen Bericht werden die Erfolgsfaktoren des Vertriebs zusammengefasst.
- Die verschiedenen „Vertretergrundtypen“ werden mittels Verhaltensanker beschrieben.
- Anhand der Verhaltensanker kann der Leiter einschätzen, welcher „Vertriebstyp“ sein Mitarbeiter ist.
- Anhand einer zusätzlichen Förderliste erhält der Leiter Hilfen an die Hand, wie er den Vertriebsmitarbeiter weiter entwickeln kann.
- Ein konsequentes Feedbackverhalten wird somit bei den Leitern erleichtert.
- Optional kann daraus ein Vertriebsqualifizierungsprogramm erfolgen, das die wichtigsten Punkte der Development-Checkliste aufgreift und verbessert.

# Phase D: Die „Development-Checkliste“

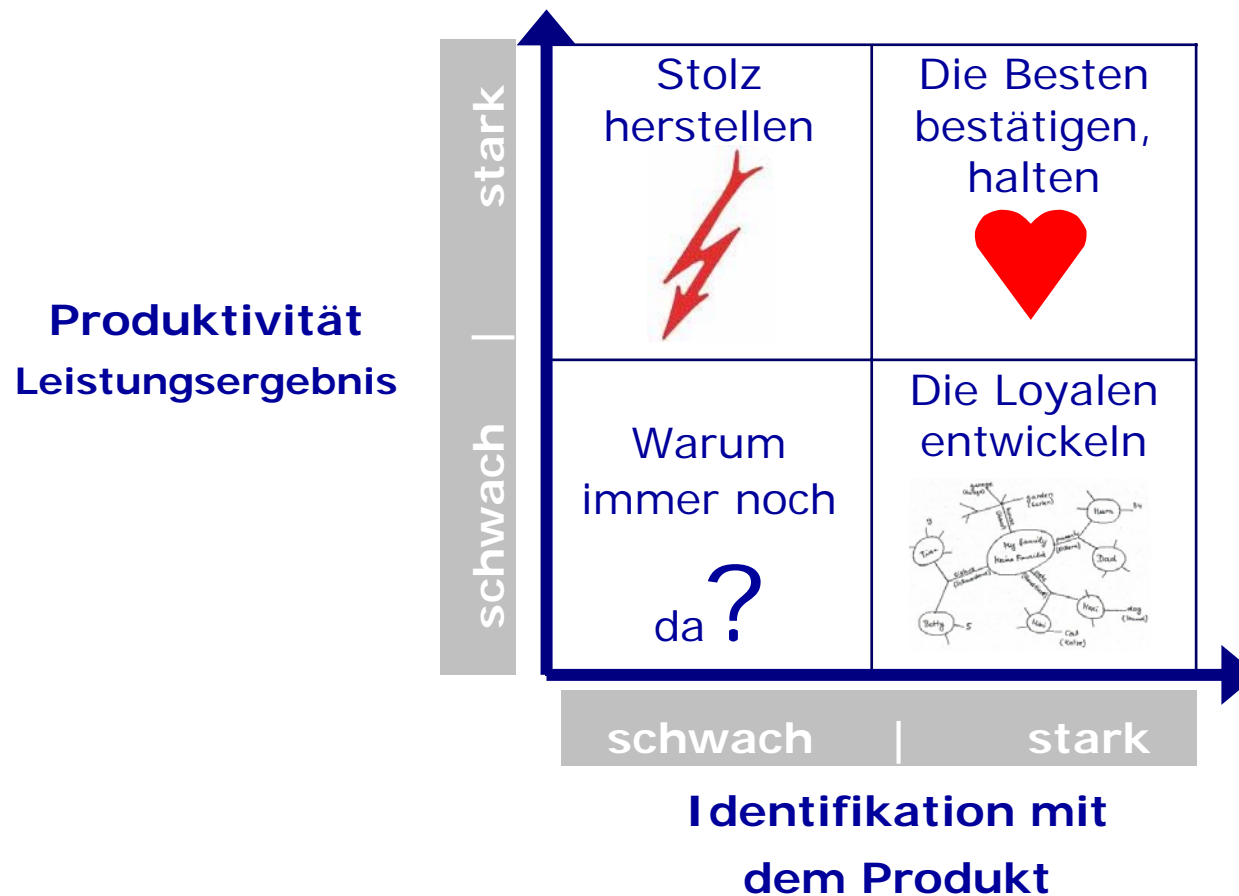
Die Leistung der Vertriebler ist abhängig von deren Verhalten. Das Verhalten wiederum ist abhängig von der Persönlichkeit (gemessen über VPA-Bogen), dem Verhaltensmuster und der Motivation. Die Leiter benötigen eine einfache Checkliste, mit der Sie die Vertriebler coachen können hinsichtlich optimierbarem Verhalten. Aufgrund der Beispiele können Leiter und Vertriebler gemeinsam überlegen, welche der Ideen nützlich sein könnten. An der Reaktion des Vertrieblers erkennt der Leiter die Motivation.



Nr.	Bezeichnung	Beispiele d. Best-Performer	--	-	-/+	+	++
<b>I Adressen</b>							
I.1	Erstellt die Adressen in Outlook						
I.2	Pflegt die Adressen in Outlook						
I.3	Erstellt Kategorien in Outlook						
I.4	Kennt die Entscheider beim Kunden						
I.5	Verfügt über ein gutes Netzwerk an Kooperationspartnern						
I.6	...						
<b>II Terminvereinbarung</b>							
II.1	Selektiert die Adressen aufgrund von Erfolgswahrscheinlichkeit						
II.2	Plant sich Zeiten ein, die Wahrscheinlichkeit auf Erfolg haben						
II.3	Bringt sich in positive Grundstimmung						
II.4	...						

## Phase D: Mitarbeiter-Portfolio

Folgendes Mitarbeiterportfolio könnte sich z.B. ergeben. Damit wissen Führungskräfte, wen Sie wie ansprechen und entwickeln können.



## Warum personal-point? Besondere Stärken



Unsere Stärken sind Praxisnähe, Qualität, Erfahrung und Innovation. Die persönliche und professionelle Beratung unserer Kunden ist unsere Markenzeichen.

Praxisnähe	Wir kennen die wichtigsten Probleme der <b>Versicherung</b> und optimieren ständig die bestehenden Instrumente hinsichtlich Einfachheit und Nutzen.
Qualität	Wir machen die Zuverlässigkeit von Prognosen transparent und evaluieren diese. (Diplom- und Doktorarbeiten)
Erfahrung	Die meisten Trainer und Consultants haben eine über 10-jährige Trainererfahrung und kennen die „Innensicht“ als ehemalige Angestellte eines Unternehmens.
Innovation	Wir kennen die aktuellsten Forschungsergebnisse und Entwicklungen im Bereich der Organisations- und Personalentwicklung. (Universitäts- und FH-Kooperationen)

## Die drei Geschäftsfelder von personal-point

### Geschäftsfeld „Personaldiagnostik“:

- Assessment-Center, Management-Audit
- Problemlösetests
- Multimodale Auswahlgespräche
- Management-Arbeitsproben i. Tagesgeschäft
- Führungsfeedback/360°-Feedback



### Geschäftsfeld „Personalentwicklung“:

- Talent Management
- Führungskräfteentwicklung, Coaching
- Qualifizierung von Vertriebsberatern, Business-Consultants, Personalentwicklern
- HR-Programme & -Tools



### Geschäftsfeld „Organisationsentwicklung“:

- Szenario, Vision, Strategie, Ziele
- Leitbild & Kultur
- Bereichs- und Teamentwicklung
- Mitarbeiterbefragung



## Ausgewählte Referenzen der personal-point GmbH



Wir verfügen über zahlreiche Referenzen als Berater, Trainer und Coaches in der Versicherung und speziell zur Multiplikatorenqualifikation im Vertrieb.

- AOK Bundesverband und 8 Landesorganisationen
- AOK Systems GmbH
- AKD, Arbeitsgemeinschaft Kommunale Datenzentralen, NRW
- AXA AG
- BMW AG
- Charité Universitätsmedizin Berlin
- DaimlerChrysler AG
- Deutsche Bahn AG
- Deutsche Post AG
- Deutsche Krankenversicherungs AG
- Detecon International GmbH, Bonn
- Diakonie-Einrichtungen (verschiedene)
- Distributa GmbH
- Dillinger Hütte AG
- ERGO Versicherungsgruppe AG
- Europäische Zentralbank
- Gesellschaft für technische Zusammenarbeit (GTZ)
- Heimann Systems GmbH
- IBM Deutschland GmbH
- Johanniter-Unfall-Hilfe e.V.
- Next ID
- Premiere AG
- Schrag GmbH
- Sparkasse Köln/Bonn
- Stadt Köln
- Strabag AG
- T-Online
- T-Systems
- debis Systemhaus Training GmbH
- Universität Köln
- WestLB Systems
- Zurich Gruppe Deutschland