

Sales Performance ICT Erfolgsfaktoren für mehr Vertriebsleistung

von Dr. Dirk Volker Seeling und Stefan Kalle, personal-point GmbH, Bonn

Nur Unternehmen, die zielgerichtet in eine Entwicklung der Organisation investieren und dadurch erreichen, dass die Kundenorientierung, Effizienz und Umsetzungsenergie bei allen beteiligten Menschen im Mittelpunkt des Denkens und Handelns stehen, können ihre Vertriebsleistung steigern. Mehr Vertriebsleistung = höhere Unternehmens Performance = begeisterte Mitarbeiter, Partner und – last but not least – Kunden = wachsender Spaß und Erfolg für alle Beteiligten!

Ob Papierflieger, Segelflugzeug, Jumbojet oder Düsenjäger – es ist immer das Ziel, das den Kurs bestimmt. Klares Ziel im Vertrieb ist es, profitablen Umsatz zu machen. Herkömmliche Service-Delivery-Prozesse müssen ständig hinterfragt werden. Sind Dienstleistungen katalogisiert und stehen in Modulen zur Verfügung, können diese schneller und leichter nach den individuellen Bedürfnissen der Kunden zusammengestellt werden. Egal, welche Vertriebsstrategien im Unternehmen verfolgt werden, immer stellt sich das Vertriebsteam der Herausforderung, diese tatsächlich und nachhaltig umzusetzen.

Aktuelle Trends und ihre Folgen

Erkennen Unternehmen Trends rechtzeitig oder schaffen es, diese sogar schon vorab zu erahnen, bieten sich zahlreiche Ansatzpunkte, um Vertriebsleistung zu erhöhen. Wer auf der anderen Seite Trends verschläft, darf sich nicht wundern, wenn Sales Performance ausbleibt. Folgende beispielhafte Trends zeigen Unternehmen Veränderungsmöglichkeiten auf und bieten deutliche Entwicklungschancen: Auf Kundenseite liegen z. B. im Trend der Wunsch nach Entlastungen („alles aus einer Hand“), das Bedürfnis nach Transparenz und Vertrauen, die Frage nach schnellen Innovationen oder individuellen, bedarfsgerechten Lösungen bei einer gleichzeitigen Kostenreduzierung. Neben Technologietrends (Mobiles Internet, IT-Sicherheit u. a.) sind es vor allem auch Wettbewerbstrends, die Unternehmen zum Handeln zwingen, wie z. B. Fusionen und Konglomerate, Modularisierung bzw. Standardisierung, die Evolution vom Abwickler zum Innovator, d. h., dass nicht mehr länger nur Technik, sondern auch Zusatznutzen angeboten wird.

Treiber für mehr Vertriebsleistung

Mehr Vertriebsleistung lässt sich u. a. dadurch erzielen, dass technische Berater vertriebsorientierter agieren, Führungskräfte konsequenter führen, Angebote überzeugender gestaltet und präsentiert, Kundenbeziehungen ausgebaut und genutzt, Talente eingebunden und entwickelt werden sowie alle im Vertriebsprozess einfach effizienter zusammenarbeiten. Leichter gesagt als getan bei der Fülle an möglichen Ansatzpunkten. Neben unzähligen Einzelmaßnahmen sowie Aktivitäten, um die Vertriebsleistung zu erhöhen, haben sich entsprechend der Trends jedoch drei zentrale Treiber herauskristallisiert:

1. Kundenorientierung
 - Kundenbedarf identifizieren
 - Lösungen entwickeln
 - Kundennutzen darstellen

2. Effizienz im Sales Prozess
 - Schnittstellen und Rollen klären
 - Tools einsetzen
 - Standards leben

3. Umsetzungsenergie
 - Identifikation und Begeisterung für das Konzept
 - Führung / Vorleben
 - Verbindliche Umsetzung sichern
 - Potenzialträger (ein-)binden

Mehr Auftragseingang durch integrierte Maßnahmen

Werden nur Maßnahmen in einzelnen Bereichen durchgeführt, kann nicht das bestmögliche Ergebnis erzielt werden. Nur eine integrierte Maßnahmenpalette rund um die Vertriebsleistung mit den drei definierten Bereichen 'Stärken / Schwächen analysieren', 'Umsetzungsbarrieren beseitigen' sowie 'Führungskräfte und Mitarbeiter befähigen' garantiert mehr Auftragseingang und eine höhere Performance.

In der 'Stärken-/Schwächenanalyse' sind dies z. B. die IST-Analyse des Sales-Prozesses, die Identifikation individueller Potenziale und Entwicklungsfelder sowie die Prozesssteuerung und Erfolgskontrolle. Der Bereich 'Barrieren abbauen' umfasst ein gemeinsames Geschäfts- und Strategieverständnis im Sales-Prozess, die Teamentwicklung im Sellingbereich, Entwicklung der Schnittstellen sowie Standards im Sales-Prozess, Performance Management und Umsetzungs-Coaching sowie die Klärung eines verbindlichen Tooleinsatzes.

Die 'Befähigung der Mitarbeiter' wird schließlich durch die Qualifizierung der Vertriebsmitarbeiter (Persönlichkeitsentwicklung und Selbstmanagement, Produkt- und Methodenwissen, Sales- und Consultingskills, Rollen und Anforderungen im Sales Prozess) sowie der Führungskräfte im Vertrieb zum Thema Leadershipqualität erreicht.

Beraterqualifizierung mit System und individueller Strategie

Bei einer Qualifizierung der Mitarbeiter im Vertrieb macht die Umsetzung den Unterschied. Transfersicherung beginnt bereits bei der Konzeption. Erst die Integration unterschiedlicher Perspektiven, sowohl hierarchie- wie bereichsübergreifend als auch methodisch (Personalentwicklung, Organisationsentwicklung, Personaldiagnostik), sichert eine nachhaltige Wirkung. Nur wenn die Menschen im Unternehmen begeistert und befähigt werden, ist eine Veränderungsbereitschaft langfristig im Unternehmen verankert. Erfolgt die Ausrichtung an operativen Ergebniszielen, sprich an der Vertriebsleistung, dient eine Qualifizierung der Mitarbeiter im Vertrieb im Rahmen einer Personal- und Organisationsentwicklung nicht als Selbstzweck. Durch die Vernetzung der Qualifizierung von Beratern, Führungskräften sowie weiterer interner Partner werden nachhaltig Auftragseingang und Ertrag verbessert. Konzeption, Maßnahmen und Anwendung garantieren so eine rundum gelungene Qualifizierung für eine optimale Sales Performance.