

Mit einem Top-Vertriebsteam durch die Krise

PQ - TRENDS

AUTOR: MAIK SCHULZE

Für mittelständische Personaldienstleister ist der Vertrieb der Dreh- und Angelpunkt des Erfolgs. Und wie überall gilt auch hier: Nur ein Spitzenteam, in dem sich jeder an der Bestleistung orientiert, kann die gewünschten Spitzenresultate erzielen. Ein solches Team aufzubauen und zu steuern, ist eine klare Aufgabenstellung für die Unternehmensführung.

Eigentlich ist es eine Binsenweisheit – und sie wird doch in vielen Unternehmen der Personaldienstleistung nicht ausreichend beachtet: Ein leistungsstarker Vertrieb spielt für den Erfolg eines Anbieters in dieser Branche eine Schlüsselrolle. Dies gilt vor allem für kleine oder mittlere Unternehmen, die nicht auf ihre Bekanntheit setzen können, sondern sich im Markt einen Namen als Qualitätsdienstleister verschaffen und erhalten wollen. Und dies gilt ganz besonders in wirtschaftlichen Krisenzeiten, in denen jeder Anbieter um Aufträge hart kämpfen und sich im Wettbewerb mit anderen Unternehmen behaupten muss. Gerade in der aktuellen wirtschaftlichen Situation wird deutlich: Personaldienstleistungsunternehmen brauchen im Vertrieb – vielleicht mehr noch als in anderen Unternehmensbereichen – ein schlagkräftiges, hoch motiviertes Team, in dem sich jeder an den Erfolgen der erfolgreichsten Akquisiteure orientiert. Eine solche Mannschaft stellt sich nicht von selbst auf – eine solche Mannschaft aufzubauen und erfolgreich zu steuern, ist eine zentrale Aufgabenstellung für die Unternehmensführung.

Qualitätsfaktor Vertrieb

Die Fähigkeit, den Kunden kompetent, umfassend und umsichtig zu betreuen, ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor vor allem für Personaldienstleister, die konsequent auf

Qualität setzen. Diese vertriebliche Leistung ist im hohen Maße personenbezogen: Gute Vertriebskräfte kennen die individuellen Anforderungen des Kunden und seiner Branche ebenso wie die Vermittlungspotenziale und die Möglichkeiten des eigenen Unternehmens. Gute Vertriebsmitarbeiter bauen konsequent und nachhaltig neue Kundenkontakte auf. Sie erarbeiten sich bei Kunden und Interessierten einen hohen Vertrauensbonus und sie überzeugen durch Kompetenz und professionelles Auftreten. Für den Aufbau und die Pflege einer Vertriebsmannschaft bedeutet das: Die Auswahl der Mitarbeiter muss ebenso sorgfältig und gezielt erfolgen, wie die anschließende Führung und Förderung der Vertriebsprofis. Darüber hinaus gilt es, um die im Vertriebsbereich oftmals übliche Fluktuation nach Möglichkeit zu vermeiden.

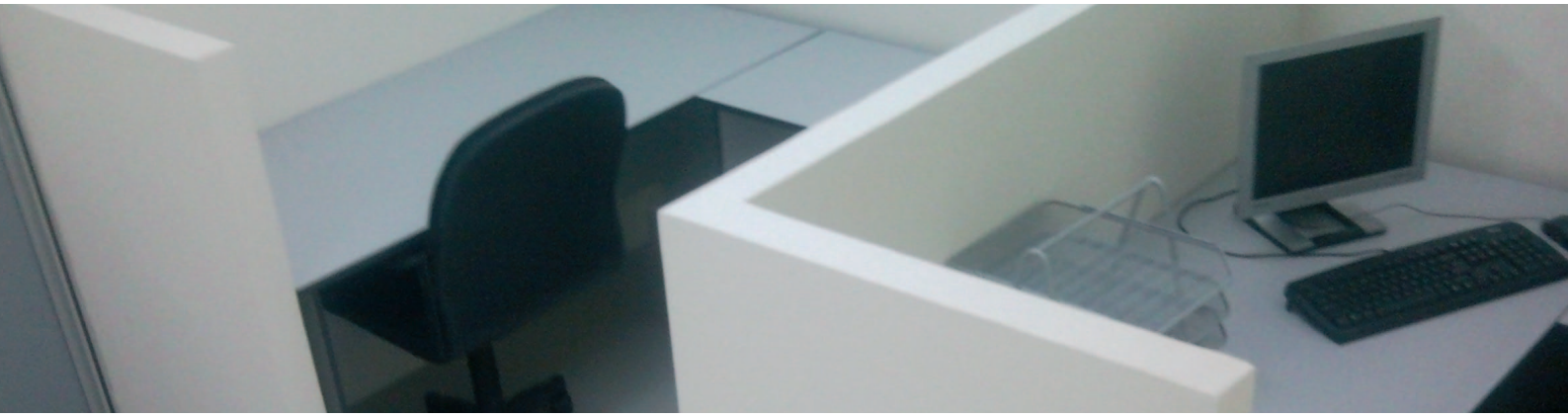


Diese Stabilität der Vertriebsmannschaft ist in der aktuellen Wirtschaftssituation entscheidend, um stabile Kundenbeziehungen zu schaffen und diese Beziehungen systematisch auszubauen. Im Klartext: In Boomphasen der Wirtschaft kann ein Vertriebsteam in der Personalvermittlung auch den einen oder anderen nicht so star-

ken Kollegen oder häufigeren Wechsel von Mitarbeitern „verkräften“ – in vertrieblich anspruchsvollen Zeiten muss eine Vertriebsmannschaft dafür umso besser und stabiler sein. Bei stagnierender oder sogar sinkender Nachfrage kann nur ein solches hochprofessionelles und leistungsstarkes Team neue Kundenbeziehungen anbahnen und bestehende Kundenverhältnisse sichern und erweitern. Wer in der momentanen Marktsituation ein optimal eingespieltes Vertriebsteam besitzt, der verfügt damit über das Fundament für solide Umsätze und Erträge. Qualität in der Personaldienstleistung – das bedeutet ganz wesentlich: Qualität im Vertrieb.

Ungedeckelte Anreize

Am Anfang eines erfolgreichen Vertriebs steht die sorgfältige Personalauswahl. Es kommt darauf an, die Positionen durchgängig mit motivierten und qualifizierten Kräften zu besetzen. Die Erfahrung in der BleckmannSchulze-Gruppe zeigt: Interessenten und neue Vertriebsmitarbeiter orientieren sich sofort an den Ergebnissen, am Know-how und Können der erfolgreichsten Vertriebsmitarbeiter. Bei Flauten und Misserfolgen versuchen Top-Vertriebskräfte, im Team die Ursachen für die Rückschläge herauszufinden und Lösungen zu finden. Sie begreifen Rückschläge als Chance, sie nutzen die gegenwärtige Krise nicht als Ausrede für eigene Fehlleistungen. Wie im Mannschaftssport motivieren sich qualifizierte und engagierte Mitarbeiter gegenseitig. Umgekehrt gilt aber auch: Ein Top-Vertriebler verliert in einem schwachen Team rasch den Antrieb, weiterhin mit den bestmöglichen Ergebnissen aufzuwarten. Daran orientieren sich auch andere und er setzt so eine prekäre Abwärtsspirale in Bewegung.



Um für einen dauerhaften Aufwärtstrend im Vertriebsteam zu sorgen, genügt es natürlich nicht, versierte und engagierte Mitarbeiter einzustellen. Darüber hinaus muss die Unternehmensführung für die individuelle Weiterbildung und insbesondere für Leistungsanreize sorgen. Wichtig ist dabei: Die Unternehmensleitung sollte das Provisionssystem nicht „deckeln“ – außergewöhnlich erfolgreichen Vertriebsmitarbeitern sollte es auch möglich sein, ein außergewöhnliches Einkommen zu erreichen. Selbst ein Vertriebler, der bereits alle zunächst definierten Ziele erreicht hat, sollte für weitere Erfolge belohnt werden. Ein offenes Anreizsystem fördert nachweislich - auch dies ist eine Erfahrung in

der BleckmannSchulze-Gruppe - die individuelle Leistungsbereitschaft. Selbst, wenn ein Vertriebsprofi durch seine Akquisitionserfolge ein höheres Jahreseinkommen erzielt als ein Mitglied der Geschäftsführung – hinter jeder herausragenden Vertriebsleistung verbirgt sich ein Erfolg, der direkt dem Unternehmen zugute kommt. Wichtig ist auch, dass die Unternehmensführung dafür sorgt, dass die erfolgreiche Vertriebsmannschaft nicht übermäßig mit Tätigkeiten belastet wird, die nicht zu ihrem operativen Geschäft gehören. Wer seine Arbeitszeit mit dem Abfassen langer und detaillierter Berichte verbringt, dem fehlt diese Zeit für den Kontakt zu neuen und bestehenden Kunden.

Das Fazit: In einem qualitätsorientierten Personaldienstleistungsunternehmen verdient der Vertrieb höchste Aufmerksamkeit. Es gilt, nicht mit dem Vertriebspersonal zu experimentieren, sondern mit einem gut eingespielten, bestens motivierten Vertriebsteam den optimalen Erfolg bei den Kunden zu erzielen – und damit für das Unternehmen das Maximum an vertrieblicher Schlagkraft zu entwickeln.

Maik Schulze
Mitgeschäftsführer der
BleckmannSchulze GmbH
Im Medienpark 4d
50670 Köln
www.bleckmannschulze.de