



Vertriebsmitarbeiter und Leistungsträger

Nur die Hälfte der Vertriebsmitarbeiter gilt als Leistungsträger. Mitläufer, Talente und Fehlbesetzungen machen die übrige Hälfte der Teams aus. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie aus Deutschland. Auf die Frage "Wie viele Vertriebsmitarbeiter ordnen Sie als Leistungsträger ein?" antwortete die erste Führungsebene im Vertrieb, dass nur 45 Prozent dazu gehören. 24 Prozent der Mitarbeiter werden für talentiert gehalten aber 31 Prozent aller Vertriebsmitarbeiter in den Augen ihrer Chefs keinen Anteil am Vertriebs Erfolg.

Der überwiegende Teil der Verkaufsleiter versucht mit erfolgsabhängigen, variablen Gehaltsregelungen die Mitarbeiter zu motivieren. Dann folgen fast gleichauf Weiterbildung und Firmenwagen. Rund ein Drittel der Unternehmen bieten Karrieremöglichkeiten und ein kleiner Teil setzt auf firmeninterne Verkaufswettbewerbe.

Auf Basis meiner Erfahrungen als Vertriebler und Verkaufsleiter empfehle ich folgende Maßnahmen beim Aufbau und bei der Führung eines Verkaufsteams:

1. Sicherstellen der persönlichen Eignung

Die Persönlichkeit und die Fähigkeiten werden im Vorfeld nicht immer ausreichend geprüft. Bei einem Drittel der Verkäufer stimmt das Anforderungs- und Fähigkeitsprofil einfach nicht überein. Wenn also 30 Prozent der Verkäufer nicht zum Vertriebs Erfolg beitragen, sind diese Schritt für Schritt durch Talente zu ersetzen

2. Erfolgsabhängige Gehaltsanteile

Gute Verkäufer ziehen ihre Motivation vor allem aus einem realisierbaren Gehalt. Empfehlenswert ist daher ein möglichst hoher variabler Gehaltsanteil, der bis zu „ungedekelt“ gehen kann. Dies funktioniert allerdings nur dann, wenn ein möglichst homogenes Verkaufsteam mit annähernd gleichem Leistungspotential vorhanden ist.

3. Weiterbildung und Schulung von "Soft Skills"

Immer wieder werden Verkäufer ausschließlich in Produkt- und fachlicher Kompetenz geschult. Diese Kompetenzen sind notwendig, allerdings nur ein kleiner Teil des Erfolges.

Leider kommen Schulungen oft zu kurz, die Persönlichkeit weiterbildet und persönliche Fähigkeiten und Talente trainieren und stärken.

4. Minimieren "verkaufsfremder" Tätigkeiten

Verkäufer, vor allem im Außendienst, investieren statistisch nur ein Fünftel ihres Arbeitstages in ihr Kerngeschäft, in den Verkauf. Wenn wir es schaffen, diesen Anteil zu erhöhen, sind mehr Aufträge, mehr Umsätze aber auch mehr Kundenzufriedenheit möglich.

Beispielsweise kann Entlastung von „Verwaltungsarbeiten“ dieser Anteil erhöht werden.

5. Wirkungsvolle Marketinginstrumente

Verkaufswettbewerbe, richtig eingesetzt, sind hier ein bewährtes Mittel, jedem Mitarbeiter die Möglichkeit zu geben, zu den Siegern zu zählen. Diese Wettbewerbe dürfen nicht zur Routine werden, dann können sie für die Mehrheit der Mitarbeiter ein wichtiger Ansporn sein.

Ihr
Gerhard Birsak

Gerhard Birsak

Hochfeld 34 B
4310 Mauthausen
mobil: 0664-73612921
gerhard.birsak@aon.at

Sales-Marketing | PR-Beratung | Training