

Vertriebscoaching wandelt die Erfolgskurve in eine Zielgerade

von Julia Kraft

Der typische Vertriebler ist erfolgsverwöhnt und mag es zu gewinnen, indem er Abschlüsse erzielt. Er lebt für seine Erfolge und die Leidenschaft erfolgreich zu verkaufen. Seine Motivation ist der Vertriebs Erfolg. Es gibt jedoch ein System von Einflussfaktoren die den Erfolg hemmen und somit Durststrecken hervorrufen können. In dieser Zeit fällt es schwer, sich selbst zu motivieren und optimistisch nach vorne zu blicken, um weiterhin herausragende Leistung zu bringen und neue Abschlüsse zu fokussieren. Der Vertriebsmitarbeiter ist mit wenig Motivation und Konzentration bei der Arbeit. Dieser Einbruch des Erfolgs ist für jeden Betrieb wirtschaftlich enorm schädlich. Vertriebscoaching unterstützt prophylaktisch wie auch während eines möglichen negativen Einflusses jeden Vertriebsmitarbeiter individuell oder das einheitliche Vertriebsteam. Somit können Rückschläge und Durststrecken schneller verarbeitet und in einen konstanten Erfolg mit weniger tiefen und langen demotivierten und destruktiven Phasen verwandelt werden.

Dieser Aufsatz soll einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten von Vertriebscoaching geben und darstellen, welche Erfolge Mitarbeiter im Vertrieb mit der Unterstützung von Coaching vorweisen.

Einsatzbereiche von Vertriebscoaching

Jeder Mitarbeiter befindet sich in einem System von Einflussfaktoren, die den Verkaufserfolg negativ beeinflussen können und somit beim Unternehmen erhebliche Umsatzeinbußen bewirken. Typische Situationen können u.a. sein:

- Der Vertriebsmitarbeiter kennt Situationen im Berufsalltag, in denen er Rückschläge in Form eines verlorenen Angebotes erfährt, dadurch demotiviert wird und an sich selbst, dem zu verkaufenden Produkt/Dienstleistung und sogar dem Unternehmen zweifelt.
- Weiterhin kommt es vor, dass Konflikte innerhalb eines Vertriebsteams zu schlechter Stimmung und Ellenbogenmentalität führen können.
- Auch Spannungen mit dem Vorgesetzten wirken sich demotivierend und unproduktiv auf die Erfolgsquote eines Verkäufers aus.
- Nach einer Neustrukturierung von Hochleistungsteams benötigt jeder Vertriebsmitarbeiter eine lange Eingewöhnungsphase, um wieder an vergangene Erfolge anknüpfen zu können.
- Neueinstellungen im Vertrieb sollen so schnell wie möglich erfolgreich sein und sich bewähren. Der neue Arbeitgeber, das neue Produkt, die neuen Kunden sowie die neuen Kollegen müssen jedoch erst zeitaufwendig sortiert werden.

- Der Vertriebsmitarbeiter ist geschult, nach außen souverän aufzutreten. Die innere Haltung ist dennoch unverzichtbar. Er hat Geschäftstermine, Produktpräsentationen, Verhandlungen und Beschwerdegespräche wahrzunehmen, in denen er mit innerer Sicherheit und Selbstbewusstsein auftreten muss. Dies stimmt jedoch nicht immer mit der tatsächlichen Tagesform überein und der Verkäufer tritt dadurch dem Kunden unsicher gegenüber.
- Termin- und Umsatzdruck sind Dauerbegleiter im Vertrieb. Dieser Druck kann in negativen Stress mit unterschiedlichen Auswirkungen wie bspw. Gereiztheit, Bluthochdruck, Stimmungsschwankungen oder in ständiges Grübeln ausarten. Dies sind Vorboten eines Burnouts und eine Gefahr für die Gesundheit.
- Weiterhin ist jeder Vertriebsmitarbeiter ein Mensch mit individuellem Gesundheitszustand, einem Privatleben und sozialem Umfeld. Hier können private Schicksalsschläge, familiäre Veränderungen oder die Veränderung der Gesundheit die Gedanken und den Fokus des Vertrieblers im Arbeitsalltag abschweifen lassen.

Vertriebscoaching zur Stärkung Ihrer Mitarbeiter mit Kundenkontakt – der *Human Factor* gewinnt!

Potential: Die Besten heben sich vom Mittelmaß mit 67% Leistungsunterschied ab



Abbildung 1: System Vertriebsmitarbeiter

Der Verkäufer befindet sich somit in einem System von unterschiedlichen Einflussfaktoren (Abbildung 1) und soll stetig herausragende Leistung bringen. Die Unternehmen heben sich jedoch nicht mehr durch die angebotenen Produkte und Dienstleistungen vom Mitbewerber ab, sondern der *Human Factor* als Verkäufer entscheidet, ob der Auftrag unterschrieben wird. Somit ist es für Unternehmen essentiell, die Einflussfaktoren, die auf den Menschen an der Vertriebsfront wirken, mit Vertriebscoaching zu bearbeiten, damit der Vertriebsmitarbeiter als wichtigstes Verkaufsargument und USP der Firma auftreten kann.

Auch der einzelne Mitarbeiter mit Kundenkontakt hebt sich intern ab, denn laut einer McKinsey Studie¹ unterscheiden sich im Vertrieb die Starverkäufer vom Mittelmaßverkäufer mit 67% Leistungsunterschied. Dies verdeutlicht, dass sich gerade im Vertrieb enorme Möglichkeiten ergeben, um das Potential der durchschnittlichen Verkäufer zu entwickeln.

Abfangen von negativen Trends durch Vertriebscoaching

Abbildung 2 zeigt die Motivationskurve von zwei Vertriebsmitarbeitern mit identischen Einflüssen wie bspw. ein Konflikt im Team, die Neustrukturierung des Teams und einem privaten negativen Ereignis. Die magentafarbene Linie zeigt die Motivationskurve eines Mitarbeiters mit der Unterstützung von individuellen Vertriebscoaching Sitzungen. In diesem Zeitraum werden gezielt die einzelnen Phasen mit Methodeneinsatz bearbeitet und zu reflektiert. Die graue Linie zeigt hingegen die Motivation eines Vertriebsmitarbeiters ohne Einsatz von Vertriebscoaching.

Wie die graue Linie in Abbildung 2 darstellt, sind die Hochs und Tiefs der Motivations- und Erfolgskurve eines Vertriebsmitarbeiters stark von oben genannten Einflussfaktoren geprägt. Ebenso ist die Phase der Demotivation (graue Pfeile) länger, bis der Vertriebsmitarbeiter wieder in die motivierende aufsteigende Phase gelangt.

Konstante Motivation und häufigen Erfolg des Vertriebsmitarbeiters durch Vertriebscoaching

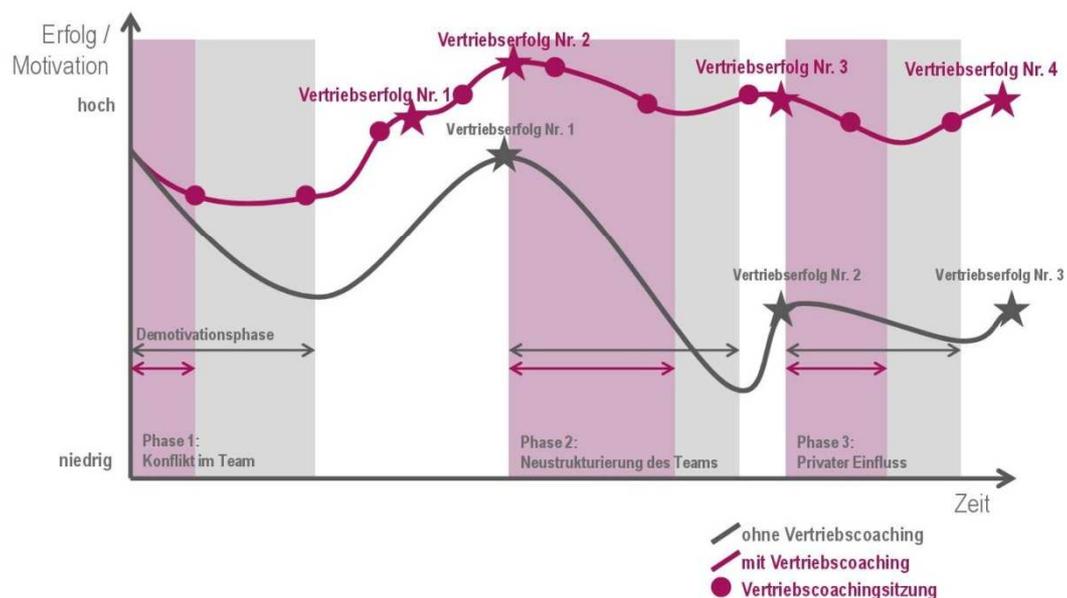


Abbildung 2: Motivationskurve

¹ Dannenberg, Holger; Zupancic, Dirk (2009): Excellence in sales. Optimising customer and sales management. Wiesbaden: Gabler Verlag.

Die magentafarbene Linie lässt erkennen, dass die Ausprägung der demotivierenden Abschnitte geringer und die Dauer bis zu einer neuen Motivationsphase kürzer sind, was sich auf die durchschnittliche Motivation und den durchschnittlichen Erfolg positiv auswirkt. Negative Trends können frühzeitig abgefangen und in einen Aufwärtstrend umgewandelt werden. Somit ist die Motivations- und Erfolgskurve eines Mitarbeiters mit der Unterstützung von Vertriebscoaching allgemein höher, konstanter und gezeichnet mit häufigeren Vertriebsereignissen, was die Abschlussquote des Unternehmens positiv beeinflusst.

Die Arbeitsweise im Vertriebscoaching

Vertriebscoaching setzt bei der einzelnen Person im Vertriebsteam an. Bei Kundenterminen oder am Arbeitsplatz wird jeder Mitarbeiter individuell begleitet. Zukunftsorientiert und situationsabhängig wird das Optimierungspotential des Managers und Mitarbeiters individuell betrachtet und in einem ganzheitlichen Kontext wird dieser durch neue Impulse zu alternativen Handlungsweisen angeregt. Durch den Einsatz gezielter Methoden und bestimmter Fragetechniken wird an einem konkreten Ziel gearbeitet, sodass die Stärken des Vertrieblers unterstrichen werden und der so wichtige Spass am Verkaufen verstärkt wird.

Durch Methodeneinsatz wird der Vertriebsmitarbeiter zum Nachdenken angeregt und erarbeitet sich die Lösung für seinen Optimierungsansatz selbst. Durch Provokation und die dadurch ausgelöste Selbstreflexion erkennt der Mitarbeiter weitere Handlungsmöglichkeiten und lernt sich sowie sein Umfeld besser kennen.

Der Coach ist Sparringspartner, Impuls- und Feedbackgeber sowie wertfreier Augenöffner und Alternativenaufzeiger. Die Rolle des Vertriebscoaches kann sich bei Bedarf in die eines Beraters wandeln, wenn durch seine direkten Empfehlungen eine schnellere Optimierung zu erwarten ist. Somit kann Vertriebscoaching eine Zwitterform von Beratung und Coaching sein, wenn der Wunsch nach Empfehlungen des Vertriebscoaches besteht.

Die Wirkung von Vertriebscoaching

Durch den Einsatz von Vertriebscoaching werden folgende Vertriebseigenschaften, Kundenreaktionen und auch das Mitarbeiterempfinden optimiert:

- Steigerung der Selbstsicherheit
- Schärfung der Empathie
- Stärkung des Charakters
- Verdeutlichung der Wettbewerbsvorteile
- Steigerung der Beratungsqualität
- Rückgang von Beschwerden
- Verbesserte Teamarbeit
- Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit
- Verbesserte Rhetorik
- Höhere Kundenbindung und Kundenzufriedenheit

- Abschlussstärke

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass der Vertriebsmitarbeiter mit dem Einsatz von Vertriebscoaching

- konzentrierter
- motivierter
- gewinnbringender
- selbstbewusster
- reflektierter
- ausgeglichener / harmonischer

arbeitet.

Der Human Factor des Mitarbeiters an der Vertriebsfront wird geschärft und hebt somit sein Unternehmen vom Mitbewerber ab, was sich nachhaltig auf die Steigerung des Unternehmenserfolgs auswirkt. Vertriebscoaching ist für jedes Unternehmen eine wichtige Personalentwicklungsmaßnahme im Ausbau der Vertriebsaktivitäten und beim Kundenkontakt. Nachhaltig werden die Mitarbeiter unterstützt, um effektiv und reflektierend den Vertriebs Erfolg des Unternehmens zu stärken.

Autorin:

Julia Kraft (M.A.)
zertifizierter Business Coach MBS,
Vertriebscoach und –trainerin

Krafteffekt
Lehbühlstr. 17
84034 Landshut

Mobile +49-176-767 814 17
Phone +49-871-966 523 86
julia.kraft@krafteffekt.de
www.krafteffekt.de
www.facebook.com/Krafteffekt



Über die Autorin:

Julia Kraft ist Inhaberin der strategischen Vertriebsberatung Krafteffekt mit Sitz in Landshut, welche nach den Qualitätsstandards des BAFA, Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle arbeitet und dort als beratendes Unternehmen gelistet ist. Weiterhin ist sie als Vertriebstrainerin sowie als Dozentin an der vhs Landshut business und der Akademie Handel e.V. tätig. An der Munich Business School wurde Julia Kraft zum zertifizierten Business Coach ausgebildet und ist spezialisiert auf Vertriebscoaching. Hiermit gewährleistet sie Ihnen einen qualitativ hochwertigen Coachingprozess, welcher nach den Standards und Wertevorschriften des DBVC, ICF und QRC durchgeführt und in den Gesamtprozess der Vertrieboptimierung integriert wird. Sie verfügt über einen Masterabschluss der FOM Hochschule für Management und Oekonomie im Studiengang „Management Marketing und Sales“ sowie über einen Bachelorabschluss der Geisteswissenschaften der Universität Bayreuth. Neben ihrer langjährigen Erfahrung als Senior Sales Manager in Konzernen und namhaften Unternehmen (u.a. Bertelsmann, Microsoft) sowie der gezielten Ausbildung in den Bereichen Vertrieb und Marketing unterstützt Sie Julia Kraft mit ihrer Leidenschaft und der Freude, welche sie für die Entwicklung Ihrer Mitarbeiter und Ihres Unternehmens mitbringt. Sie ist Sparringspartner, Impuls- und Feedbackgeber sowie wertfreier Augenöffner und Alternativenaufzeiger.