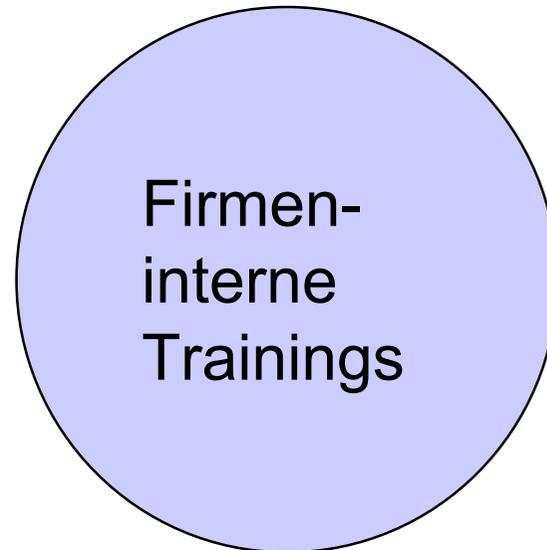


Aktuelle Trends bei firmeninternen Verkaufstrainings

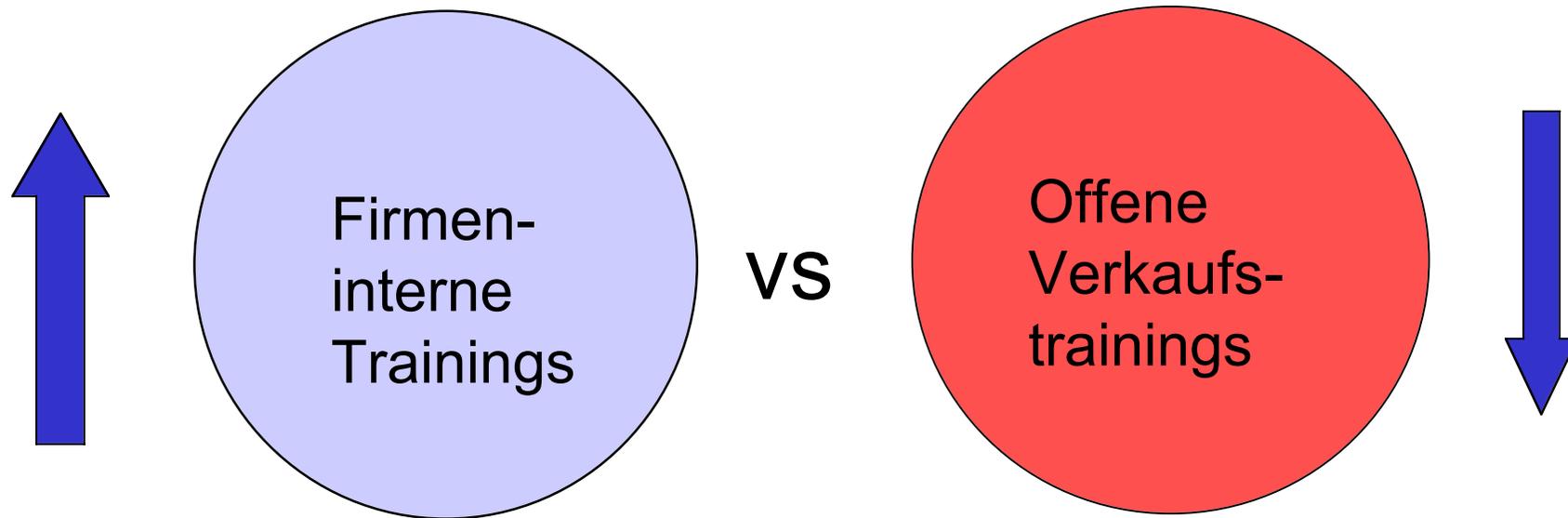
Heinrich Wickinghoff
Recklinghausen im September 2002



Für Mitarbeiter aus mehreren, unterschiedlichen Unternehmen verschiedener Branchen



Nur für Mitarbeiter eines Unternehmens.
Für dieses Unternehmen entwickeltes oder modifiziertes
Training.



Laut Umfragen bei Bildungsanbietern und Einkäufern steigt der Anteil firmeninterner Trainings, der Anteil /Umfang offener Veranstaltungen sinkt hingegen.

Quelle: Bildungsreport Trainings aktuell 1999, 2001, 2002

1. Ziel: Wie sieht der gewünschte Zustand aus?
Was soll sich durch das Training verändern?

7. Erfolgskontrolle
Wie weit sind die festgelegten Ziele erreicht worden?

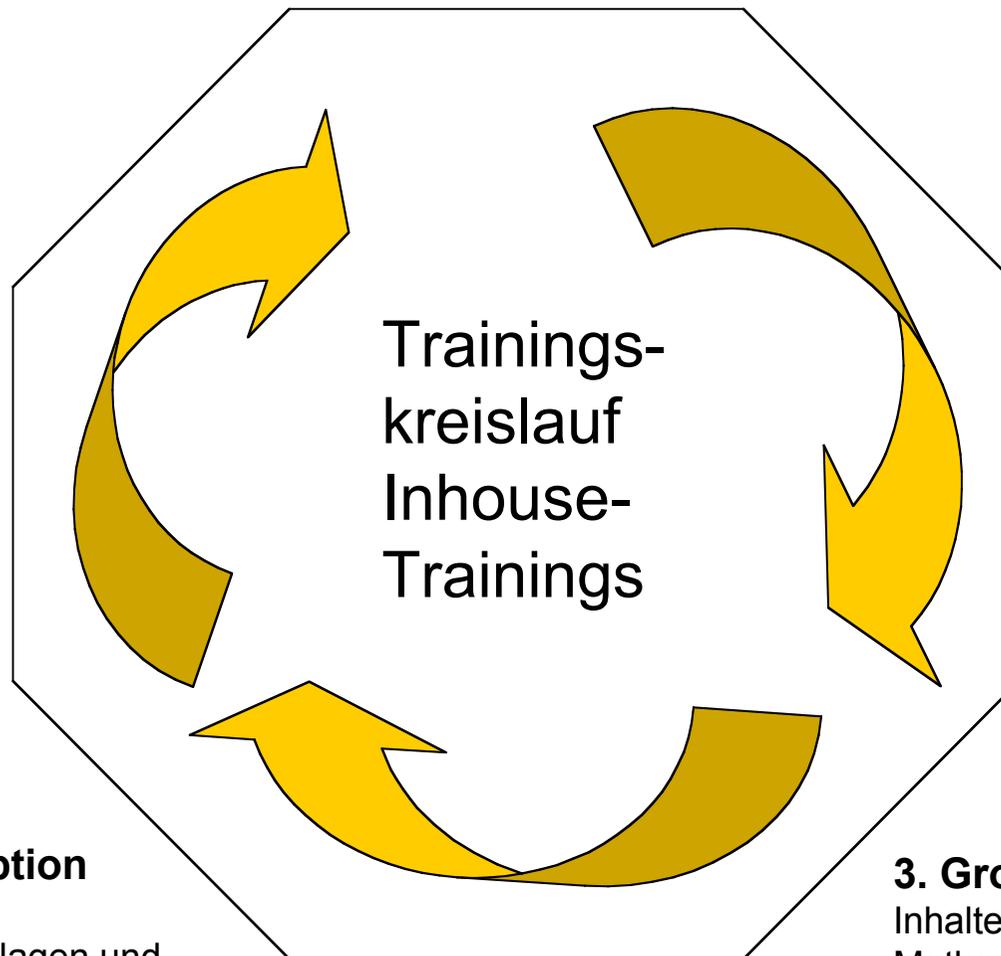
6. Transfer-sicherung
z.B. TOJ,
Telecoaching,
e-mail Dialog

5. Training
Durchführung der Maßnahme

4. Feinkonzeption
Ablauf festlegen
Teilnehmerunterlagen und Präsentationsmaterialien erstellen

3. Grobkonzeption:
Inhalte, Art / Anzahl Lernimpulse,
Methoden/Medien

2. Analyse:
Wie sieht der jetzige Zustand aus?



Trend Nr.1:

**Unternehmen werden kostenbewusster
und verlangen nachvollziehbare
Verbesserungen im Vertrieb.**

Bestimmte Kennzahlen sollen z.B. durch
Verhaltensänderungen verbessert werden.

Trend Nr.2:

Spezialthemen treten in den Vordergrund.
Allgemeine Vertriebsthemen werden
weniger gefragt.

Die Defizite welche sich in der Analyse offenbart haben
sollen behoben werden. Nicht mehr, aber auch nicht
weniger.

Trend Nr.3:

Der Mitarbeiter wird am Arbeitsplatz
gebraucht.
Die Präsenzphasen werden kürzer.

Die Anzahl der Lernimpulse zählt für die
Veränderung, weniger die Trainingsdauer.

Trend Nr.4:

Der Kunde will nicht nur ein Training,
sondern Beratung und Prozessbegleitung
bis zum versprochenen Erfolg.

Der Trainer muss als Coach in der Praxisbegleitung
beweisen, dass seine Rezepte greifen.

Trend Nr.5:

**Andere Trainingsformen sind im kommen:
(Telefon-) coaching, blended-learning,
TOJ, interaktive Grossgruppenevents.**

Die klassische Trainingsgruppe mit 8-12 Teilnehmern
wird teilweise durch Coachings oder
Grossgruppenevents ersetzt.

Trend Nr.6:

Die CAS und CRM Euphorie ist vorbei.
Die Hard- und Softwareausstattung im
Vertrieb ermöglicht den Zugriff auf alle
relevanten Kundendaten.

Selbstorganisation und Zeitmanagement werden ersetzt
durch strategisches Handeln und Mikromarketing.

Konsequenz:

Die Anforderungen an den Trainer im Vertrieb steigen.

Der „Nur Verkaufstrainer“ muss sich zum Prozessbegleiter weiterentwickeln.

Praxisbeispiel 1

„Auf schnelle Marktveränderung reagieren“

Kunde: Komponentenhersteller der Verfahrenstechnik.

Situation: Drei Hauptanbieter teilen sich friedlich den Markt. Plötzlich wird einer von einem US Konzern aufgekauft und expandiert durch aggressive Neukundenwerbung auf Kosten der anderen Anbieter. Die Außendienstmitarbeiter haben bisher hauptsächlich Kundenpflege betrieben. Ab sofort müssen sie sich dem Kampf um neue Kunden stellen.

Konzeption: Nach Akzeptanz der Notwendigkeit der Neukundenakquisition soll diese intensiv trainiert werden

Maßnahme: Vier Lernimpulse:

- Ein Tages Training mit Life Telefonaten zu Wettbewerbskunden.
- E-mail: Zusammenfassung der Findings.
- E-mail: Reminder nach 6 Wochen.
- TOJ: Begleitung bei Neuakquisegesprächen mit Feedback und individuellem Entwicklungsplan.

Praxisbeispiel 2

„Die gesamte internationale Vertriebsmannschaft bringt know how mit ein“

Kunde: Komponentenhersteller für den Apparatebau.

Situation: Der Hersteller muss mit einer Neuentwicklung schnell auf wandelnde internationale Märkte reagieren. Die Ländervertretungen sollen Impulse hierfür geben und an einer Vermarktungsstrategie mitarbeiten.

Konzeption: Alle Führungskräfte der (freien) Vertriebsgesellschaften kommen zu einer 3 tägigen Grossgruppenveranstaltung zusammen

Maßnahme: Interaktive Konferenz mit

- Plenumsphasen für den Aufbau von Empowerment
- Open Space Phasen zur Sammlung der „best practices“
- Ländergruppenarbeiten zur Strukturierung und Strategiefindung
- anschließender Konsolidierungsphase im Kernteam.

Vielen Dank für Ihre Zeit und
Aufmerksamkeit!

Heinrich Wickinghoff
Sales Concept

Hohenzollernstr.63

45659 Recklinghausen

Tel.: 02361/17104