

Auszug SMG-Masterversion «Partner Challenge»

Definition von Qualitätsfeldern

Nr.	Thema	Grundsatz
		Wir sorgen dafür, dass unsere Mitarbeiter die Vision, das Zielbild und die Strategien des Unternehmens kennen, verstehen und im Alltag anwenden.
		Wir fördern und entwickeln alle Mitarbeiter, trainieren täglich die Vertriebsfitness und schaffen Transparenz über Leistungsstärke und Entwicklungsmöglichkeiten.
3	Aktivitätenmanagement	Wir pflegen den persönlichen Kontakt zu allen unseren Kunden und nutzen konsequent vertriebliche Anlässe zur aktiven Ansprache der Kunden.
4	Beratungsqualität	Wir beraten unsere Kunden konsequent entlang dem strukturierten Beratungsprozess und nutzen konsequent die Beratungssysteme sowie Verkaufshilfsmittel.
5	Sales Meeting und Vertriebsdynamik	Durch monatliche Sales Meetings und wöchentliche Vertriebsmeetings setzen wir klare Vertriebschwerpunkte, trainieren mit unseren Mitarbeitern die Vertriebsfitness und steigern den Vertriebserfolg.

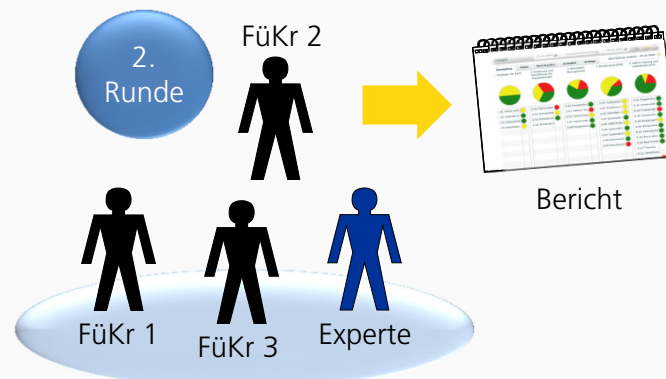
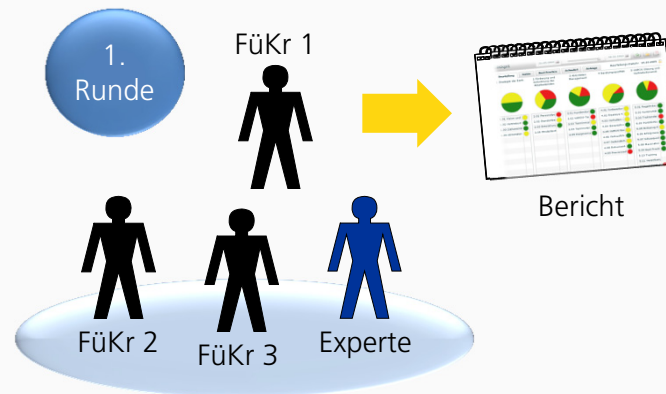
Definition von Qualitätsstandards

Nr.	Thema			
	Vision und Strategie des Unternehmens «Sinn geben und eigene Rolle erkennen» Wir sorgen dafür, dass unsere Mitarbeiter die Vision, das Zielbild und die Strategien des Unternehmens kennen, verstehen und im Alltag anwenden.			
1	Die Mitarbeiter kennen die wesentlichen Elemente und Erfolgsfaktoren der Unternehmensstrategie.			
02	Die Mitarbeiter kennen die Zielvereinbarung für die Aktivitäten des laufenden Jahres.			
03	Die Mitarbeiter kennen die Handlungsfelder und Maßnahmen ihrer Filialen für eine Steigerung des Vertriebserfolgs und ein optimiertes Agieren am Kunden zum Wohle des finanziellen Kundenerfolgs.			
Nr.	Thema	Selbstbild		
2	Förderung und Entwicklung der Mitarbeiter «Motivieren und besser machen» Wir fördern und entwickeln alle Mitarbeiter, trainieren täglich die Vertriebsfitness und schaffen Transparenz über Leistungsstärke und Entwicklungsmöglichkeiten.	rot	gelb	grün
2.01	Als Führungskraft habe ich für alle meine Mitarbeiter eine Leistungseinschätzung vorgenommen.			
2.02	Mit allen Mitarbeitern ist die Leistungseinschätzung besprochen, Handlungsfelder sind erkannt und Entwicklungsmaßnahmen überprüfbar vereinbart.			
2.03	Leistungsträger haben einen konkreten Entwicklungsplan. Die darin definierten und terminierten Entwicklungsversprechen werden eingehalten.			
2.04	Mit Minderleistern sind konkrete Maßnahmen zur Leistungssteigerung vereinbart und Konsequenzen bei Nichterreichung definiert.			

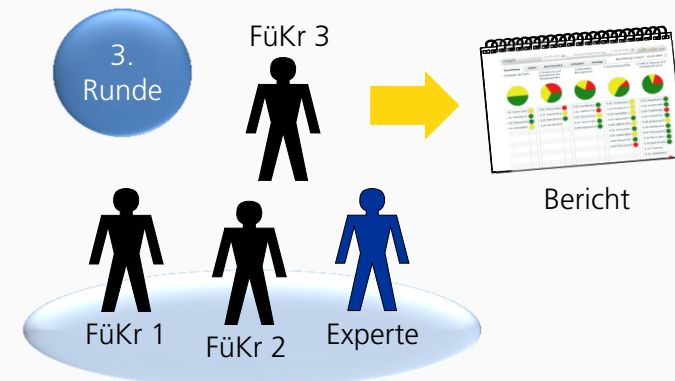
22 A4-Seiten vorgefertigter Messpunkte zu diversen Qualitätsstandards

Auszug SMG-Masterversion «Partner Challenge»

Unterschiedliche Durchführungsvarianten



- 2 Kollegen und ein Experte besuchen einen Kollegen an seinem Arbeitsplatz oder setzen sich innerhalb einer Führungstagung zusammen, arbeiten den Umsetzungsstatus der Qualitätsstandards durch und tauschen fortlaufend Best-Practice-Erkenntnisse aus
- Der Experte unterstützt und steuert
- Tagesergebnis: fertiger Bericht für die Führungskraft als Übersicht über die Umsetzungsschwerpunkte der nächsten Wochen und Monate



Auswertungsbeispiel
 www.partnerchallenge.ch
**Cockpit
 Führungskraft**



Inhaltsverzeichnis SMG-Masterversion «Partner Challenge»

Einleitung und Leitidee	2	Vertriebsstandards	10
Durchführungsvarianten	3 – 4	Vision und Strategie des Unternehmens	11
Fokus und Ergebnis	5	Förderung und Entwicklung der Mitarbeiter	11
Konsolidierung und Cockpit	6	Aktivitätenmanagement	12
Periodizität	6	Beratungsqualität	13 – 14
Prozessverantwortung	6	Sales Meeting und Vertriebsdynamik	15 – 16
Vorabinformation der Mitarbeiter	7	Messpunkte Vertriebsstandards	17 – 39
Durchführung und Einstimmung	7	Leitfaden Führungsgespräch	40 – 41
Sales Meeting und Mitarbeiterinterview	7	Leitfaden MA-Interview	42 – 43
Führungsgespräch und Konsolidierung	8	Leitfaden Sales Meeting	44
Erfahrungsaustausch	8	Vorbereitungsaufträge	45 – 47
Tagesablauf	9		