

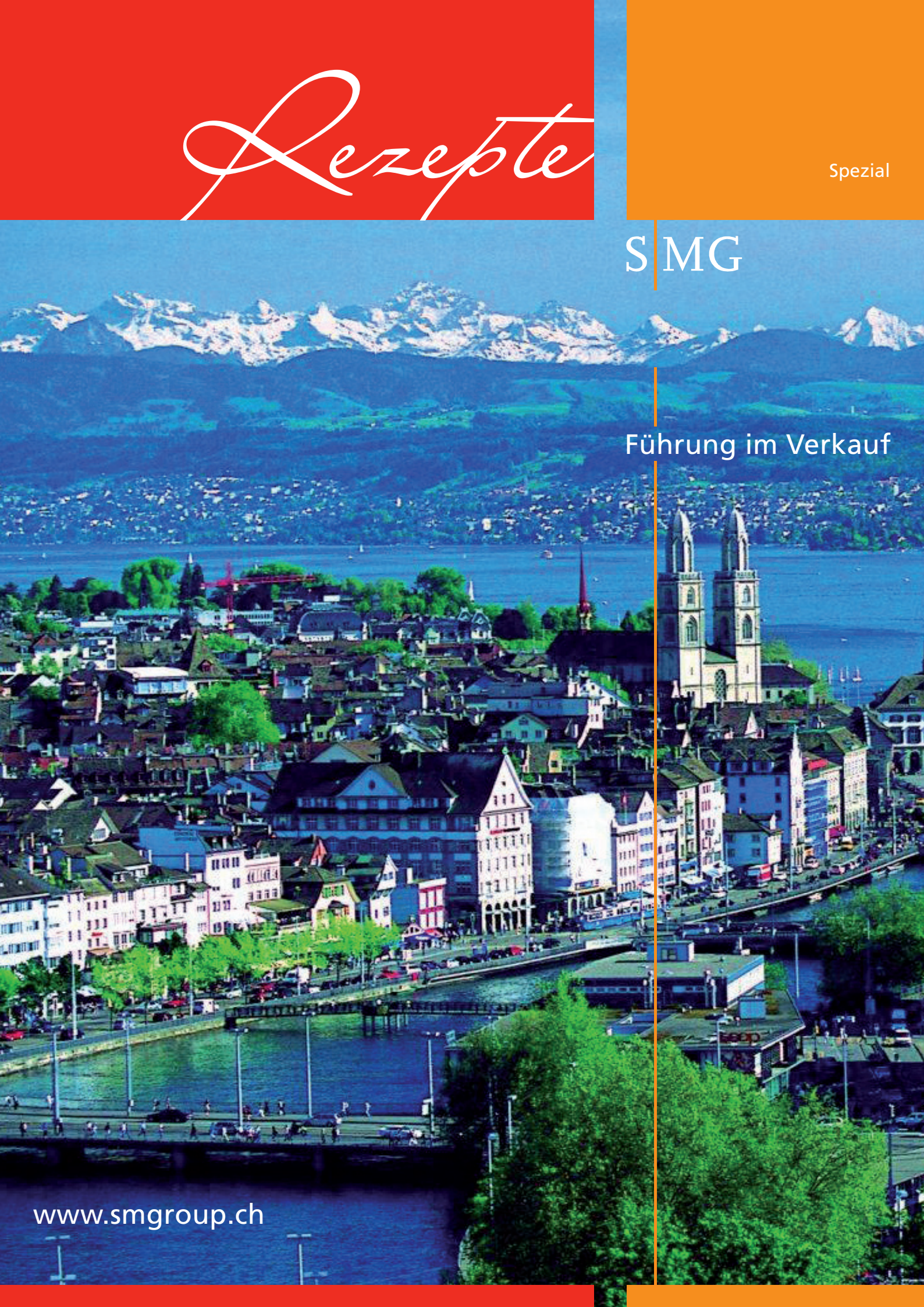
*Rezepte*

Spezial

SMG

Führung im Verkauf

[www.smgroup.ch](http://www.smgroup.ch)



## Bitte nichts Neues!

Einfach nur die bestehenden Hausaufgaben im Vertrieb verbindlich umsetzen.

Ein verbindlicher Prozess in der Vertriebsführung kombiniert mit drei SJMG-Systemen garantiert eine schnelle und nachhaltige Steigerung von Kundenkontakten, Beratungsqualität und Abschlüssen.

Mit der Kombination der drei SJMG-Systeme «Führung im Verkauf», «Toolbox für die Führung im Verkauf» sowie «Partner Challenge» komprimieren wir das in jedem Unternehmen vorhandene Wissen über die aktive operative Vertriebsführung auf die wesentlichsten Umsetzungspunkte zur Steigerung der Vertriebsleistung.

### Verbindlichkeit in der täglichen Vertriebsführung für Spass am Erfolg

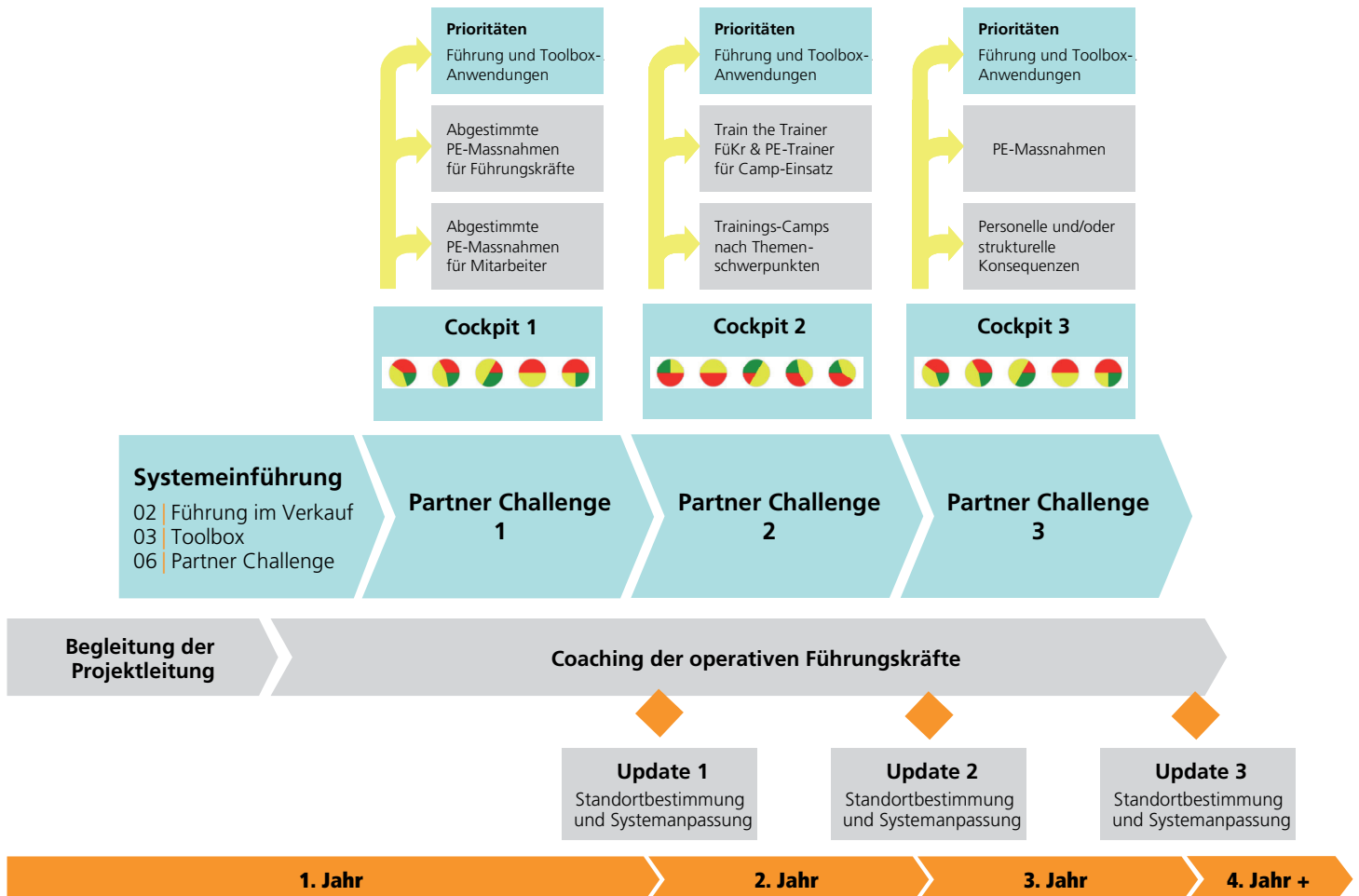
Im Zentrum steht die motivierend stetig steigende Verbindlichkeit in den Verkaufsteams über gemeinsame Erfolge sowie das im kameradschaftlichen Umgang unter Führungskräften gemeinsam erstellte Cockpit über die aktuelle Führungs- und Beratungsqualität.

### Einfaches Kochbuch für die erfolgreiche Führung

Das SJMG-System «Führung im Verkauf» ist eine klare, einfache und anwendbare Betriebsanleitung für die erfolgreiche Führung einer Verkaufsorganisation. Von der täglichen operativen Führungsarbeit bis hin zur gezielten und kontinuierlichen Weiterentwicklung der eigenen Mitarbeiter sind alle Herausforderungen einer erfolgreichen Führungskraft verständlich und nachvollziehbar abgebildet. Das betrifft den Umgang mit aktuellen Zahlen ebenso wie die Durchführung von Salesmeetings, Vertriebsmeetings und der praxisorientierten Förderung der Mitarbeiter im Alltag.

Das Interpretieren der eigenen Verkaufszahlen, Einschätzen der eigenen Mitarbeiter, Erkennen ihrer Stärken und Entwicklungsfeldern sowie Ableiten entsprechender verbindlicher und überprüfbarer Massnahmen vervollständigen das SJMG-System «Führung im Verkauf» und machen es zu einem praxistauglichen Arbeitsleitfaden für die tägliche Führungsarbeit.

„Wir brauchen «Führung» und «Vertrieb» nicht ständig neu zu erfinden. Wir müssen es lediglich verbindlich tun!“



## Die Weiterentwicklung der eigenen Mitarbeiter wird zur Chefsache

Festgestellte Handlungsfelder in den Vertriebszahlen sowie Entwicklungsfelder der eigenen Mitarbeiter werden mit Hilfe der SJMG «Toolbox für die Führung im Verkauf» angegangen. In diesem Werkzeugkoffer findet die Führungskraft alle notwendigen Unterlagen und Hilfsmittel, um die zentralen Themenfelder zur Leistungs- und Qualitätssteigerung im eigenen Bereich anzugehen.

Mit diesen Werkzeugen ist die Führungskraft selbstständig in der Lage, professionell einzelne Mitarbeiter individuell und ganze Teams kollektiv in den erfolgsrelevanten Themenfelder zu trainieren. Damit ist die Verantwortung für die individuelle Weiterentwicklung der Mitarbeiter sowie die nachhaltige Umsetzung übergeordneter Vertriebsmassnahmen an der richtigen Stelle platziert: bei der für das Ergebnis verantwortlichen Führungskraft.

## Eine Marktinnovation zur einfachen Initialisierung und Begleitung einer kontinuierlich lernenden Vertriebsorganisation

Den Rahmen - und somit auch Garant für eine kontinuierliche Weiterentwicklung, Nachhaltigkeit und Investitionsschutz - bildet der «Partner Challenge». Vorab festgelegte Standards für die Führungs- und Beratungsleistung werden regelmässig in einem klar definierten Prozess durch die Führungskräfte selbst überprüft und in Form eines Standortbestimmungs- und Massnahmenberichts für jede Führungseinheit festgehalten.

Dieses Cockpit ermöglicht es jeder Führungskraft, sich und seinen Bereich kontinuierlich weiter zu entwickeln. Dabei bilden Tipps und «Best Practice» sowie Ideen von Kollegen für die Umsetzung von Vertriebs- und Führungsstandards eine zentrale Rolle.

Ein Cockpit über alle Standards und Organisationseinheiten gibt dem Management ein eindrückliches Bild über die Leistungsfähigkeit der gesamten Organisation und bildet die Schnittstelle zur internen Vertriebsunterstützung, Personal- und Unternehmensentwicklung. Gezielte zentrale Massnahmen lassen sich somit einfach und schnell identifizieren und angehen.

### Inhalte SJMG-System «Führung im Verkauf»

Detaillierte Anwendungsanleitung für

- Interpretation von Zahlen mit Fokus «Individuum»
- Konsolidierung von Zahlen als «Mitarbeiterbild»
- Konsolidierung von Zahlen als «Teambild»
- Interpretation von Zahlen mit Fokus «Kollektiv»
- Konsolidierung von Zahlen **zur Ableitung konkreter Massnahmen**
- Methodik monatliches Salesmeeting
- Methodik wöchentliches Vertriebsmeeting
- Analyse von Verkaufsgesprächen
- Vorbereitung telefonische Terminvereinbarungen
- Vorbereitung Verkaufsgespräche
- Vorbereitung Nachfasstelefonate
- Vorbereitung Betreuungstelefonate

### Inhalte SJMG-System «Toolbox»

Detaillierte Anwendungsanleitung für

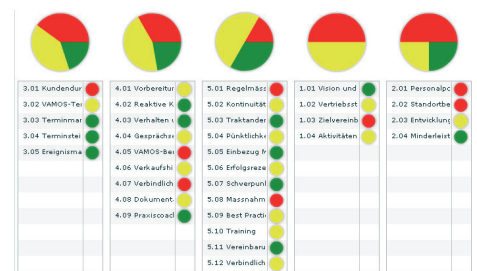
- Methodik Führungskraft als «Sales Sparringspartner»
- Methodik der «Kundenbilder» und derer lernenden Interpretation
- Methodik für Kurztrainings der
  - Produktfitness
  - Argumentationsfitness
  - Einwandbehandlungsfitness
  - Konditionsverhandlung
  - Offertenvergleiche
- Methodik für Umgang mit Konkurrenzprodukten
- «Warm up»-Übungen
- Coachingmethoden
- Fertige Moderationshilfsmittel

Die SMG-Systematik ist die konsequente Umsetzung von nachhaltiger Wirkung in der Vertriebsführung mit kurzer Einführungszeit und geringen Kosten.

### Inhalte SJMG-System «Partner Challenge»

Detaillierte Beschreibung

- zur Anwendung des Partner Challenge unter Führungskräften ohne externe Unterstützung
- der Führungs- und Vertriebsstandards
- aller Messpunkte zur gegenseitigen Überprüfung der Führungs- und Vertriebsstandards
- Management Summary und Management Cockpit zur Definition der zu priorisierenden Umsetzungsmaßnahmen



Messpunkte	Best Practice	Actionlist	Anträge
<b>1.03.1 MF</b>			
Die Führungskraft kann die Zielvereinbarungen seiner unterstellten Mitarbeiterinnen und das Budget der Region schriftlich dokumentiert hervorheben. Zudem kann er erklären, wie er seinen unterstellten Mitarbeiterinnen den Zusammenhang zwischen persönlicher Zielerreichung und erfolgreicher Umsetzung der Strategie erläutert hat.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielvereinbarungen können nicht hervorgehoben werden</li> <li>• Hervorheben der Zielvereinbarung + Budget ohne sinnvolle Erläuterungskompetenz</li> <li>• Hervorheben der Zielvereinbarung + Budget inkl. Erläutern</li> </ul>	
<b>1.03.2 NM</b>			
Der Mitarbeitende kann seine eigene Zielvereinbarung und das Budget der Region schriftlich dokumentiert hervorheben. Zudem kann er erläutern, weshalb die Erreichung dieser Ziele ausschlaggebend ist für die erfolgreiche Umsetzung der Strategie.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielvereinbarung können nicht hervorgehoben werden</li> <li>• Hervorheben der Zielvereinbarung + Budget ohne sinnvolle Erläuterungskompetenz</li> <li>• Hervorheben der Zielvereinbarung + Budget inkl. Erläutern</li> </ul>	

## Praxisbericht «Führung im Verkauf»

Interview mit Herr Rüdiger Hahnkow, Filialleiter Hamburger Sparkasse, über seine Erfahrungen mit der SMG-Systematik.

**Herr Hahnkow, Sie waren als Führungskraft Teilnehmer im Pilot «Führung im Verkauf».**

**Was hat es Ihnen gebracht?**

Das Projekt «Führung im Verkauf» hat mich in meiner täglichen Führungsarbeit nachhaltig unterstützt. Es gibt heute eine Vielzahl von Führungsinstrumenten. Durch das strukturierte Vorgehen ist es mir gelungen, das optimale Tool für die entsprechende Situation im Vertrieb zu finden und erfolgreich zu nutzen. Die dadurch eingeleiteten Maßnahmen fokussieren auf die Steigerung des Verkaufserfolgs bei gleichzeitiger Berücksichtigung der Kundenzufriedenheit.

Durch die systematisierten Kurztrainings mit der SMG-Toolbox wurde die Verkaufsfähigkeit der Mitarbeiter deutlich gesteigert. Aus meiner Sicht liegt der wesentliche Erfolgshebel darin, dass es durch die SMG-Systematik leichter gelingt, die notwendige Konsequenz und Nachhaltigkeit in der Vertriebsführung sicher zu stellen.

**Was waren für Sie die emotionalen Ergebnisse?**

Heute steht man als Führungskraft vor der Herausforderung, alle Aspekte der Führung unter einen Hut zu bekommen. Die SMG-Systematik hat mir diese Aufgabe erleichtert. Die saubere Aufnahme der IST Situation, einschließlich der Standortbestimmung einzelner Mitarbeiter, war die Grundvoraussetzung für alle weiteren Schritte. Dadurch erkennt man schnell und deutlich, wo und wie die Verbindlichkeit zu steigern ist. Somit werden die Herausforderungen überschaubar und klar, damit sich weiterer Vertriebs-erfolg einstellt. Für mich ist es begeisternd gewesen zu sehen, dass es funktioniert wie bei einem Rezeptbuch. Wenn man sich an die Zutaten und die Anleitung hält, gelingt auch das Endergebnis. Dabei bleibt genug Freiraum für die eigene Kreativität.

**Was waren für Sie die Ergebnisse in Zahlen?**

Es ist uns gelungen, von Monat zu Monat die Leistungen zu steigern. Dabei lagen die durchschnittlichen Steigerungsraten pro Monat bei ca. zwei Prozentpunkten. Dies ent-

spricht einer absoluten Steigerung von zurzeit 16 Prozentpunkten. Zusätzlich ist dabei die Kundenzufriedenheit in dem schwierigen Marktumfeld 2008 überdurchschnittlich gemäß Qualitätsleistungsindex um drei Prozentpunkte gestiegen. Zum Beginn 2009 haben wir uns nun direkt im Spitzenfeld positioniert.

**Was hat Sie persönlich motiviert?**

Mich reizt grundsätzlich etwas Neues auszuprobieren. Erstmals für die Tätigkeit als Führungskraft ein persönliches Managementcockpit zu bekommen, hat mich motiviert. Zusätzlich dazu war der regelmäßige und strukturierte Austausch mit anderen Führungskräften für mich spannend. So erhält man von Kollegen durch den «SMG-Partner Challenge» gute Ansätze, wie man noch besser wird. Die Durchführung in der Praxis und der systematische Ablauf unterstützen, um gegenseitig als lernende Organisation hervorragende Best Practice Ansätze zu kommen. Diese Erkenntnisse arbeitet man in keinem Workshop heraus.

**Was hat Ihre Mitarbeitenden motiviert?**

Die anfangs eher ungewohnten Maßnahmen haben umgehend dafür gesorgt, dass sich besondere Vertriebs-erfolge einstellten. Der Erfolg spornt natürlich an. So ist es schnell gelungen, in einen positiven Kreislauf zu gelangen. Der feste Wille, die Ziele zu übertreffen, wurde durch die vielen Teilerfolge kontinuierlich untermauert. Dies gab dem Team weiteres Selbstvertrauen. Mittlerweile hat jeder einen Vertriebs-schwerpunkt, dessen Erfolg er für die ganze Filiale verantwortet. Es klappt hervorragend. Selbst wenn ich nicht da bin, werden unsere Trainings eigenständig erfolgreich durchgeführt. Jeder Mitarbeiter bringt seine guten Ideen ein. Alle motivieren sich gegenseitig, die Ziele mit Spaß an der Arbeit zu schaffen. Ich bin richtig stolz auf mein Team!



„Als Führungskraft nutze ich die SMG-Systematik «Führung im Verkauf» für verbindliche Führungsmaßnahmen“