

Rezepte

Spezial

S | M G

Vertriebsdynamisierung

www.smgroup.ch

Systematisieren, strukturieren, dynamisieren

Die **SIMG** hat sich auf die Optimierung und Steigerung von Vertriebseinheiten spezialisiert. Gezielt packen wir die Herausforderungen an, die Sie und Ihr Unternehmen rasch auf dem Markt voranbringen, um die gewünschten Ziele zu erreichen.

Wir legen den Fokus auf die Aufgabenstellungen, die Ihren Vertrieb professioneller und schlagkräftiger machen.

Funktionierende und erfolgreiche Elemente aus Ihrem Unternehmen werden ergänzt und optimiert, um eine effiziente und effektive Marktbearbeitung sicher zu stellen.

Unser Leistungsangebot, aus dem Sie für Ihr Unternehmen profitieren können:

- Optimierung der Systeme, Prozesse und Strukturen
- Professionalisierung der Methoden und Tools
- Einführung und Messung von Qualitätsstandards
- Weiterentwicklung Ihrer Mitarbeiter und Führungskräfte im Verkauf und Vertrieb.

- Fitness in der Begleitung und Betreuung der eigenen Mitarbeiter während der Offensive.
 - Fitness für die Rolle als Co-Trainer in den Weiterentwicklungsworkshops.
- In separaten Veranstaltungen wird das oberste Management auf seine Rolle bei der Offensivenbegleitung sensibilisiert und vorbereitet. (siehe Erfolgshebel 4)

Konkretes Praxisbeispiel «gehobene Privatkunden, Private Banking»

Integrales Vertriebsoffensiven-Management

Umfassend, schnell, erfolgreich

Ausgangslage:

Immer wieder wurden einzelne Marktaktivitäten und Vertriebsoffensiven angedacht und durchgeführt, jedoch selten mit dem erhofften Erfolg und der erwünschten Nachhaltigkeit. So kam es, dass Marktziele nicht erreicht wurden und Jahr für Jahr vor sich her geschoben wurden. Zwar wurden einzelne Erfolge erzielt, eine langfristige Veränderung und kontinuierliche Steigerung der Vertriebskraft wurde jedoch nicht erlangt.

Ziel der «Integralen Vertriebsoffensive» ist der Aufbau und die Operationalisierung eines Systems zum Lancieren und Durchführen von Vertriebsaktionen. Dabei sollen pro Jahr systematisiert mehrere, aufeinander abgestimmte Marktaktionen durchgeführt

werden. Das Integrale dabei ist die Berücksichtigung aller Elemente, die eine Vertriebsoffensive zum Erfolg führen. (Siehe Grafik)

Im Zentrum steht die jeweilige Vertriebsoffensive mit Fahrplan, Messparametern und Messzeitpunkt.

Erfolgshebel 1:

Integration der Führungskräfte

Im Vorfeld der Offensive werden die Führungskräfte in drei Dingen fit gemacht:

- Fitness in der Begleitung und Führung der Offensive.

Erfolgshebel 2:

Mitarbeiterentwicklung

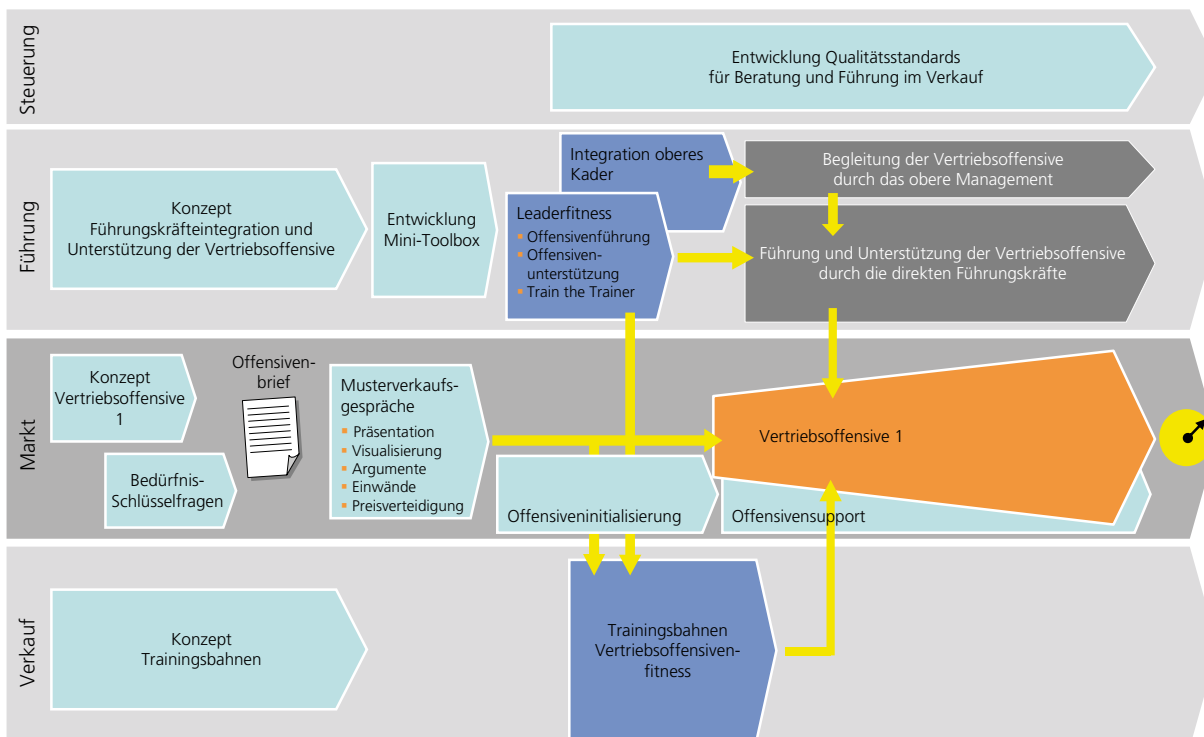
Die Mitarbeiter werden, speziell auf die jeweilige Offensive ausgerichtet, befähigt und fit gemacht. Hierbei werden sie von erfahrenen **SIMG** Trainern und/oder ihren eigenen Führungskräften gezielt ausgebildet.

Erfolgshebel 3:

Professionelle Durchführung der Offensive

Bei der Durchführung der Offensive greifen die Elemente nun ineinander.

- Die Mitarbeiter sind ausgebildet und vorbereitet, die Offensive durchzuführen.
- Die Führungskräfte sorgen für die entsprechende Taktung und halten die Schlagzahl hoch.
- Die Führungskräfte begleiten und unterstützen ihre Mitarbeiter, helfen in der Vorbereitung, stehen als Coach oder Sparringspartner zur Verfügung und trainieren sie für spezielle Situationen.



Grafik 1

Beispiel eines integralen Vertriebsoffensiven-Managements.

Konzeption, Implementierung und erste Durchführung.

Erfolgshebel 4:

Integration des obersten Managements

Nur wenn alle gemeinsam an einem Strang ziehen, hat eine Offensive Erfolg. Durch die Integration des obersten Managements, im Sinne von «Köpfe zeigen», fordern und vorleben stellen wir dies sicher.

Erfolgshebel 5:

Qualitätsstandards

Mit dem Start des Integralen Offensiven-Managements werden die Qualitätsstandards für den Verkauf und die Führung im Verkauf definiert und festgelegt. Durch das einzigartige **S M G** System «Partner Challenge» werden diese Qualitätsstandards regelmässig erfasst, gemessen und in Form eines Cockpits mit konkreten Lösungsansätzen den Führungskräften und dem obersten Management zur Verfügung gestellt. Somit erreichen wir eine kontinuierliche Verbesserung der Qualität im Verkauf/Vertrieb und in der Führung im Verkauf/Vertrieb.

Weitere Praxisbeispiele

Zielgerichtete Lösungsansätze für individuelle Situationen

Praxisbeispiel 2

CRM – Mehr als ein IT-Tool

Technische Lösungen gibt es viele. Der Erfolg eines CRM Systems entscheidet sich aber in der präzisen Definition der Anforderungen und des Pflichtenheftes für den Systemanbieter und dem professionellen Betrieb des Systems im Alltag.

Wir unterstützen Unternehmen über den gesamten Prozess:

- Aufnahme der Bedürfnisse
- Definition der Ziellandschaft
- Formulierung eines Pflichtenheftes
- Entwicklung der Prozesse für den Einsatz im Alltag
- Integration und Weiterentwicklung der Führungskräfte und Mitarbeiter

Praxisbeispiel 3

Partner Challenge

Aufbau und Einführung eines Qualitätssystems für die kontinuierliche Verbesserung der Qualitätsstandards im Verkauf und der Führung im Verkauf.

- Definition der hausspezifischen Qualitätsstandards.
- Bereitstellen einer Webapplikation zur Erfassung und Visualisierung der individuellen Qualitätsstandardsausprägung.
- Installation des «Messsystems» unter dem Motto «Freunde besuchen Freunde». Dabei besuchen sich Führungskräfte gegenseitig und analysieren den Status ihrer Qualitätsstandards. Über diese Standort-

bestimmung bekommt jede Führungskraft ein genaues Bild über den aktuellen Stand der Qualität des Verkaufs und ihrer eigenen Verkaufsführung. Darüber hinaus erhalten sie wertvolle Tipps und Best Practice-Ideen, um an der Verbesserung ihrer Qualitätsstandards zu arbeiten.

Praxisbeispiel 4

Aktives Führungssystem

Führung muss nicht mehr neu erfunden werden. Vielmehr scheitern viele Bemühungen, die Führungsqualität zu verbessern an der Umsetzung in der täglichen Praxis.

S M G hat für ein führendes Versicherungsunternehmen ein Führungssystem entwickelt, das die notwendige Bereitschaft für eine anhaltende Umsetzung im Alltag und somit für eine Verbesserung der Führungsqualität sicherstellt.

Die Erfolgskriterien sind simpel und anspruchsvoll zugleich:

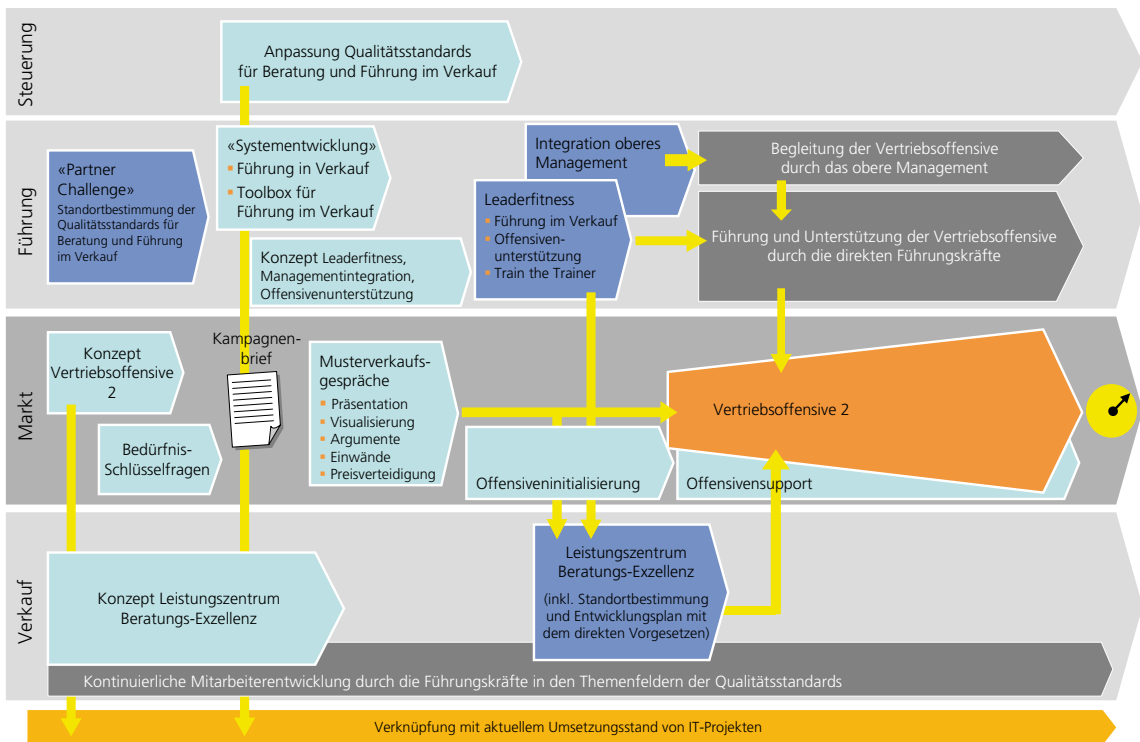
- Aufbau auf den vorhandenen und erfolgreichen Führungssystemen und Instrumenten.
- Anpassen, Ergänzen und Optimieren aller Methoden, Systeme und Tools, die das bestehende Führungssystem professionalisieren.
- Bereitstellen von einfachen und alltags-tauglichen Hilfsmitteln und Tools für die tägliche Führungsarbeit.
- Implementationsprozess unter der Berücksichtigung der Integration und

Sensibilisierung aller Führungskräfte und Erreichen einer breiten Akzeptanz.

- Weiterentwicklung der Führungskräfte.

S M G «Quick-Check»

Wollten Sie schon immer mal wissen, wo Sie mit Ihrem Vertrieb stehen? Der **S M G** «Quick-Check» analysiert die aktuelle Situation in Ihrem Vertrieb und zeigt Ihnen mögliche Handlungsfelder auf.



Grafik 2
 Beispiel eines integralen Vertriebsoffensiven-managements
 Kontinuität durch konsequente Weiterführung der standardisierten Vertriebsoffensiven.

SMG Leistungsspektrum

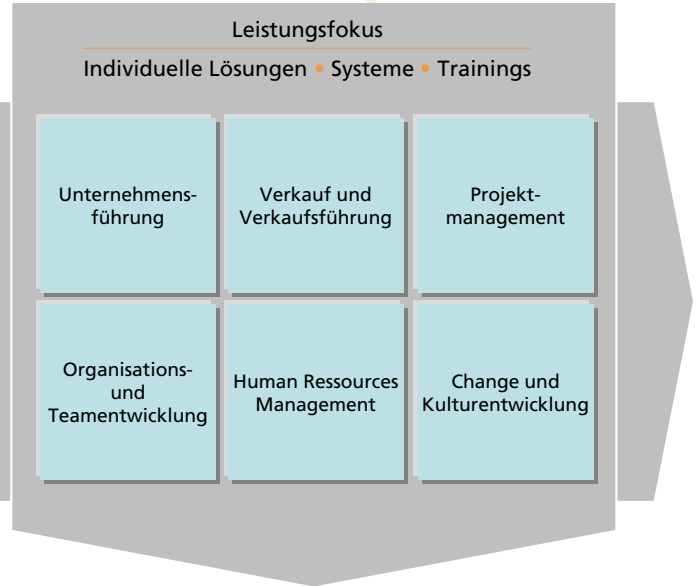
Kompetent und erfahren in den wesentlichen Feldern der Unternehmensentwicklung

Ganzheitlich, umfassend und erfolgreich

SMG bietet ein umfassendes Leistungsspektrum, um gezielt die erfolgreiche Entwicklung von Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen zu unterstützen. Gemeinsam mit unseren Kunden definieren wir die Ziele und legen die notwendige Form der Unterstützung fest. Egal ob individuelle Kundenlösungen, gezielte Schulung, standardisierte Systeme oder eine Mischung aus diesen Formen gewählt wird, im Vordergrund steht die Erreichung Ihrer Ziele.

Fordern Sie uns! Gerne werden wir Ihnen in einem ersten Gespräch an realen Praxisbeispielen mehr zu den einzelnen Leistungsfeldern zeigen, um dabei auch über Ihre individuellen Fragestellungen und Herausforderungen zu sprechen.

- Branchenerfahrung**
- Banken · Versicherungen · Finanzdienstleistung
 - Beratungsunternehmen
 - Dienstleistungsunternehmen
 - Handel
 - Medien
 - Automotive
 - Industrie · Hightech
 - Energie
 - Chemie · Pharma
 - Gesundheitswesen
 - Öffentliche Verwaltungen und NPO



SMG Managing Partners

Ihre Ansprechpartner



Cornelia J. Braun-Schoeffel
M.A.

Berufliche Stationen

- Managing Partner, SMG
- Partner, Gsponer Consulting Group International AG
- Freiberuflich Training und Beratung
- Leitung Personalentwicklung, Pro7
- Referentin für Personalentwicklung, Sparkassenverband Bayern
- Beraterin und Referentin, HR und Marketing Sparkassenverband Baden-Württemberg



Wolfgang Leppert
Dipl. Wirtschaftsingenieur FH

Berufliche Stationen

- Managing Partner, SMG
- Partner, Gsponer Consulting Group International AG
- Marktbereichsleiter Lasertechnik, Georg Fischer AG
- Vertrieb und Projektierung, LPW RT Dürr Gruppe
- Vertrieb und technische Kundenbetreuung, PPE Endress + Hauser Gruppe



Dieter Nigg
Dipl. Betriebsökonom SGMI

Berufliche Stationen

- Managing Partner, SMG
- Head Training & Development, Gsponer Consulting Group International AG
- Head Contents, Credit Suisse Private Banking
- Leiter Sales Support & Training, Credit Suisse
- Leiter Vertrieb, Aargauische Kantonalbank
- Leiter Personalentwicklung, Aargauische Kantonalbank
- Key Account Manager, GE Capital
- Mitglied der Geschäftsleitung, Wonney Unternehmensberatung
- Erwachsenenausbilder, Zürcher Kantonalbank
- Anlagentrainer, Zürcher Kantonalbank