

Ein Training muss sich rechnen

Rainer Frieß: „So können Sie von Vertriebs-Seminaren profitieren und mehr verkaufen“



Im Training werden die Teilnehmer immer wieder aufgefordert, sich Notizen zu machen, um so das Gehörte zu reflektieren.

Wir kennen das: Das Vertriebstraining war auf den ersten Blick betrachtet wieder ein voller Erfolg. Die Teilnehmer waren vom Referenten begeistert und amüsierten sich über die Praxisbeispiele, die Rollenspiele veranschaulichten typische Fehler im Verkaufsgespräch, Essen und Location waren gut – alles perfekt organisiert. Doch schon nach wenigen Wochen ist vieles beim Alten. Die Abschlussquote hat sich nicht erhöht, die Verkäufer fallen (oft unbewusst) in

alte Muster zurück und machen alles wie bisher. Das Training war dann im schlimmsten Fall nur ein Kostenfaktor für die Firma. Die Teilnehmer haben ihr theoretisches Wissen aufgefrischt, umsetzen konnten sie davon im Alltag allerdings wenig.

Aus diesem Grund und aus der Erkenntnis heraus, dass Wissen nur etwas wert ist, wenn es angewandt wird, hat die Sellympia GmbH

über viele Jahre hinweg ein Transfersicherungskonzept entwickelt. Die Sellympia-Methode bietet Verkaufs- und Vertriebstraining auf olympischem Niveau mit mess- und nachweisbarem Erfolg. Der wesentliche Punkt: Der Trainer denkt vor, während und vor allem nach dem Training permanent an die Umsetzung. Er begleitet die Teilnehmer in den ersten vier bis sechs Wochen nach dem Training und verankert z. B. durch Telefon-Coaching, Reflexionsgespräche und ein Webinar, die

gelernten Inhalte nachhaltig und überprüft zusammen mit dem jeweiligen Teilnehmer und seinem Verkaufsleiter von Zeit zu Zeit die Umsetzung der persönlich gesteckten Ziele. Am Ende steht – wie beim Sport – messbarer Erfolg und das gute Gefühl, das in das Training investierte Geld durch zusätzliche Verkaufserfolge schnell wieder hereingeholt zu haben.

Wie das funktioniert? Die Trainingsinhalte werden in mehreren Modulen vermittelt, manchmal liegt der Schwerpunkt auf dem erfolgreichen Umgang mit verschiedenen Kundentypen oder es werden effiziente Verkaufstechniken für bestimmte Kunden- und Verkäufertypen behandelt.

Schon bei der Vorbereitung auf das Seminar werden die Teilnehmer mit ins Boot geholt. So beinhaltet bereits das Einladungsschreiben Fragen, die zur Selbstreflexion auffordern. Hier sollen die Teilnehmer z. B. angeben, wo sie ihre Stärken als Außendienstmitarbeiter sehen oder wo sie selber noch Verbesserungspotenzial erkennen. Auch die Erwartungen an das Seminar werden im Vorfeld abgefragt. So kommen im Idealfall alle gut vorbereitet in das erste Training.

Im Training werden die Teilnehmer dann immer wieder aufgefordert, sich Notizen zu machen, um so das Gehörte zu reflektieren. Angeleitet durch Fragen wie „Was war in der vergangenen Stunde merkwürdig für Sie?“ entsteht so individuell für jeden Einzelnen eine Reihe von „be-merkenswerten“ Punkten, die an einer Pinnwand – auch für die Kollegen sichtbar – visualisiert werden. Im Sellympia-Wettkampfspiel „Das Casting“ erkennt der Trainer die Lernfortschritte und weiß, wo er noch vertiefen und nachschulen muss. Statt sich nur berieseln zu lassen, arbeiten die Teilnehmer so schon an ihrem persönlichen Maßnahmenplan, der am Ende des Trainings auch dem Vorgesetzten zur Weiterverfolgung und Unterstützung zugesandt wird.

Der Maßnahmenplan ist die Basis für die Nachbetreuung. Jeder Teilnehmer filtert aus seinen

persönlichen „merkens-werten“ Erkenntnisse die wichtigsten heraus, die als leicht umsetzbar und maximal erfolgsversprechend eingestuft wurden. Das ist wichtig, denn nur wer rasch Erfolge sieht, ist auch motiviert weiterzumachen. Er hält in seinem Maßnahmenplan seine Erkenntnisse schriftlich fest, leitet seine Ziele ab und plant Maßnahmen, um diese Ziele zu erreichen.

In den ersten vier Wochen nach dem Seminar folgen dann mehrere individuelle Telefoncoachings, in denen der Umsetzungserfolg des persönlichen Maßnahmenplans gemeinsam reflektiert wird. Der Trainer fragt nach, gibt Denkanstöße, unterstützt bei Schwierigkeiten, gibt zusätzliche Tipps und bewegt die Teilnehmer so dazu, am Ball zu bleiben und weiter an den persönlichen Zielen zu arbeiten. Erfahrungsgemäß sind neue Verhaltensmuster nach ca. drei Wochen weitestgehend automatisiert. Der Erfolg wird spürbar. Nach Abschluss dieser Lernphase erfolgt auch eine Rückmeldung an den Auftraggeber.

Zur Auffrischung und Vertiefung des Gelernten findet in der fünften Woche nach dem Training ein Webinar statt. Ideal für jeden Außendienstler: Es fällt keine weitere Reisezeit an und es entstehen keine Reisekosten. Mittels eines Links können sich die Teilnehmer zu einem vereinbartem Zeitpunkt einloggen und anhand einer aufwändigen, interaktiven Präsentation mit Video-Filmen und Bildern die Trainingsinhalte nochmals aufgreifen, vertiefen und die konkrete Umsetzung ihrer persönlichen Fälle mit dem Coach diskutieren. Neben der Festigung der Trainingsinhalte bietet sich auch hier wieder ein ideales Kontrollfeld für den Trainer, um zu erkennen, an welchen Stellen ggf. noch verstärkt gearbeitet werden muss.

Eine Woche später findet dann eine Telefonkonferenz zum Erfahrungsaustausch aller Teilnehmer statt, die den Abschluss des ersten Trainingsmoduls bildet. Im Vordergrund stehen dabei Fragen wie „Was hat gut geklappt?“ und „Was hat mir den größten Mehrwert gebracht?“.



Rainer Frieb

ZUR PERSON

5-Sterne-Redner Rainer Frieb ist Geschäftsführer der Sellympia GmbH und seit mehr als 25 Jahren einer der renommiertesten und erfolgreichsten Verkaufstrainer und Verkaufsberater im deutschsprachigen Raum. Der Vortragsredner zählt viele Marktführer in verschiedenen Branchen zu seinen Kunden und bildet selbst Trainer aus.

Zugleich dient die Telefonkonferenz dem Briefing für die nächste Trainingseinheit, die ca. acht Wochen nach dem ersten Seminar startet. Jeder nennt seine Erwartungen für das zweite Seminar und der Lern- und Transfersicherungs-Prozess mit Maßnahmenplan, Coaching, Webinar, Rückmeldungen an den Vorgesetzten u.v.m. beginnt mit neuen Inhalten von vorne.

Nach Abschluss der gesamten Trainingsreihe von zwei oder drei Modulen wird der Trainingserfolg gemessen und ausgewertet. Dabei werden sowohl harte Kriterien wie Umsatz und Marktanteil, aber auch weiche Faktoren wie Begeisterungsfähigkeit oder Beherrschen der Fragetechniken zur Erfolgsbewertung herangezogen. Bei einem Reflexionsgespräch mit dem Auftraggeber werden die Ergebnisse später dargestellt, diskutiert und bewertet. Oft fällt dabei auch der Startschuss zu einer neuen Trainingsreihe mit weiteren Teilnehmern. ■