

Mehr Ertrag, mehr Kundenorientierung im Vertrieb

Neuartiges Planspiel unterstützt Analyse und Entwicklung verkäuferischen Potenzials

Dr. Werner Kämpfe, KIT-Seminare Glauchau

Vertriebsorientierte Unternehmen schreiben sich Kundenorientierung ausdrücklich auf die Fahnen, wohl wissend, dass vor allem langfristige Bindung von Kunden den Bestand am Markt sichert. Dem jeweiligen Kunden das zu seinen aktuellen Bedürfnissen passende Produkt zu verkaufen, gehört zu den besonderen Herausforderungen bei dieser Philosophie. Erfolgreiche Verkäufer und Kundenberater haben es gelernt, die optimale Balance zu halten zwischen den Anforderungen der Kundenorientierung und dem angestrebten Ergebnis in Form der Erträge. Um das Anliegen im Gespräch zu realisieren, bedarf es unter anderem des guten Zuhörens, des Erfassens von Wünschen und Vorstellungen, des Gespürs für Cross-Selling und natürlich des sicheren Argumentierens.

Jeder Verkäufer muss ein Gespür für die Ausgewogenheit von wirtschaftlichem Ergebnis und Kundenorientierung entwickeln. In aller Regel vollzieht sich dieser Prozess über langjährige Erfahrungen. Oft ist es dabei schwierig, Sicherheit zu erlangen. Beim konkreten Kundengespräch ist der Verkäufer dann doch auf sich selbst angewiesen. Ein direktes Feedback gibt es kaum. Verkaufstrainings und Vertriebsschulungen erreichen auch schnell ihre Grenzen, wenn es um individuelle Entwicklungsschritte geht. Coachings sind ideal, andererseits aber aufwändig und teuer.

Diese Erkenntnisse vor Augen und die Erfahrungen im Bereich haptische Planspiele im Hintergrund waren für das Entwicklerteam Anlass, über eine völlig neue Form des Brettplanspiels nachzudenken. Es galt, verkäuferisches Verhalten über eine betriebswirtschaftliche Abbildung in einem Planspiel unterzubringen; mit individuell verwertbaren Erkenntnissen für jeden Teilnehmer und mit Wettbewerb der Teams untereinander.

Das Ergebnis heißt „Selly+“. Es ist ein sozialbetriebswirtschaftliches Planspiel, welches auf besondere Weise Inhalte und Anliegen eines Verkaufstrainings, eines Coachings und eines betriebswirtschaftlichen Basisseminars verknüpft.

„Selly+“ ist eine Simulation, deren besonderer Reiz in der Häufigkeit und Intensität der Interaktionen der Teilnehmer liegt. Es orientiert auf die Analyse und die Optimierung der beiden Seiten des verkäuferischen Verhaltens und vereint daher in völlig neuer Weise Verkaufstraining für Kundenberater und die Darstellung betriebswirtschaftlicher Grundzusammenhänge.

...

„Selly+“ existiert mittlerweile in verschiedenen Variationen. Die Basisversion ist anpassbar für allgemein erklärungsbedürftige Produkte. Spezielle Versionen gibt es mittlerweile für Bankprodukte („Selly+ finance“) und für Produkte der Energiebranche („Selly+ energy“). Weitere Varianten sind in Vorbereitung.

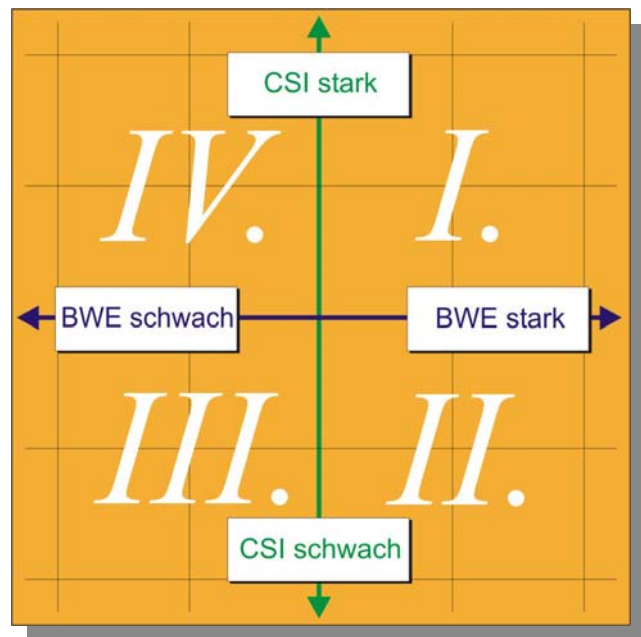


Abb.: Die beiden Dimensionen, die im Planspiel Selly+ abgebildet werden: BWE – betriebswirtschaftlicher Ergebniswert und CSI – Kundenzufriedenheitswert (Customer Satisfaction Index). Die Quadranten des Profilrasters dienen der Ergebnisdarstellung des Verkäuferprofils

2005 veröffentlicht in:

Blötz, Gust, Ballin, Klabbers (Hrsg.): Planspiele in der beruflichen Bildung – Multimedia-Publikation (Fachbuch mit CD-ROM), W.Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG, Bielefeld, ISBN 3-7639-1054-9

➔ Den vollständigen Artikel können Sie über unser Kontaktformular auf der Homepage abrufen.