

Die Investition in Bildung bringt die höchsten Renditen

Professionelles Bildungsmanagement für qualitätsbewusste Unternehmen

Bei den FINANZWELT-Vertriebstagen am 09. und 10.05 in Melle stellte sich die FINANZWELT-Akademie vor. Jörg Laubrinus (Leiter Akademie) und Jürgen Hollstein (Leiter Bildungsmanagement) referierten über die Aktivitäten der Akademie und gingen auf zahlreiche Fragen aus dem Publikum ein. Im Mittelpunkt ihrer Ausführungen stand das ganzheitliche Bildungsmanagement, mit dem die Akademie den Erfolg von Trainings- und Seminarkonzeptionen sicherstellt.



Klare Worte und ein überzeugendes Praxiskonzept: Bildungsmanagement der Akademie

Effizientes Bildungsmanagement ist Maßarbeit. Genau so, wie ein Maßschneider dem Kunden einen Anzug auf den Leib schneidert, legen wir bei der Konzeption von Bildungsmaßnahmen mit unseren Kunden die Ziele und Vorgehensweisen fest. Jede Vertriebsorganisation und jedes Unternehmen verfolgt mit der Investition in Bildung individuelle Strategien und Ziele. Diese unterstützen wir durch unsere Arbeit. Wir beginnen mit einer Bedarfsermittlung im Rahmen eines Strategie-workshops.

> Die Struktur einer Bildungsmaßnahme folgt der Strategie

Die Struktur folgt der Strategie, sagen die Beratungsprofis und meinen damit, dass die Eckpfeiler einer Marktbearbeitung z.B. bei der Neueinführung eines Produktes genau festgelegt werden müssen bevor die Vertriebs- und Organisationsstrukturen daran angepasst werden. Häufig ist eine Neujustierung der Strategie auch bei bestehenden Produktvertrieben und Verkaufsorganisationen notwendig, weil sich das Marktumfeld verändert hat. Die Erfolge von morgen können nicht mit den Erfahrungen von gestern erzielt werden.

> Wie sieht der Ablauf eines Strategie-Workshops in der Praxis aus?

In einer ein- bis zweitägigen Workshopatmosphäre erarbeiten die Führungskräfte des Unternehmens ein klares Bild

der Zukunft in der Produkt oder Vertriebslandschaft. Ausgewählte Mitarbeiter aus allen Unternehmensbereichen können zeitlich begrenzt oder dauernd beteiligt werden. Moderiert wird die Veranstaltung von Vertriebsprofis und einem Moderator, der die Methoden- und Gruppensteuerung übernimmt.

> Welche Ergebnisse können Sie aus einer solchen Veranstaltung erwarten?

Am Ende einer Strategieklausur steht ein klares Zukunftsbild und ein konkreter Handlungsplan mit Zeithorizont und Verantwortlichkeiten. Alle Teilnehmer stehen hinter dem Ergebnis und setzen sich für die Umsetzung aktiv ein. Die Konzeptideen haben kurz- mittel- oder langfristigen Charakter, je nach Ausrichtung und Zielsetzung der Veranstaltung. Es entstehen Handlungskonzepte mit Prioritäten zur Umsetzung und eine einheitliche Sichtweise im Management mit durchdachter Strategie zur Umsetzung der Zukunftsgedanken mit Hilfe der Bildungsmaßnahmen.

In der nächsten Phase erheben wir wichtige Daten und Erfahrungen aus der Vertriebsrealität mit einer Feldbegleitung durch einen Vertriebscoach.

Für die Analyse der Verkaufspraxis im Vorfeld einer Bildungsmaßnahme (Verkaufstraining, Vertriebs-Workshop, Produktschulung, etc.) ist die Feldbegleitung bestens geeignet. Ziel ist es, die richtigen Maßnahmen im Anschluss zu planen und zu realisieren.



Der ganzheitliche Ansatz interessierte viele



Die Konzeptelemente

- Orientierungstage
- Best-Practice Workshop
- Bedarfsklärungsworkshop
- Feldbegleitung mit TOP-Verkäufern
- Zielklärung mit der Geschäftsführung

> Der Coach ist Partner des Verkäufers

Im Kundengespräch wird der Coach als "neuer Kollege" vorgestellt. Die Initiative im Verkaufsgespräch liegt beim Teilnehmer. Der Coach nimmt wichtige Beobachtungen und Kundenaussagen auf und bespricht sie anschließend nach dem Kundengespräch mit dem Verkäufer. Im Vorfeld einer Bildungsaktivität ergeben sich aus der Feldbegleitung realistische Eindrücke und konkrete Handlungsfelder für die Optimierung der Schulungs- und Trainingsaktivitäten in der gesamten Vertriebsorganisation. Diese Maßnahme bildet die Grundlage für den verantwortungsvollen Umgang mit Bildungsgeldern in der Vertriebsmannschaft. Auf der Basis dieser Erfahrungen führen wir im Rahmen der systematischen Bedarfsklärung in der nächsten Phase einen Best-Practice Workshop durch. Bei diesem Workshop werden die

Erfolgsstrategien der besten Verkäufer einer Organisation untersucht und in einem gemeinsamen Arbeitsprozess für die Umsetzung in der Fläche erarbeitet. Dabei werden zusätzliche Potenziale auch bei den "Besten" offengelegt und gefördert.

> Alle Ergebnisse werden mit den Teilnehmern gemeinsam erarbeitet

In diesem Workshop werden alle Ergebnisse mit den Teilnehmern gemeinsam erarbeitet. In Gruppenarbeiten entstehen an der Pinnwand und am Flipchart Skizzen für den Verkaufserfolg von morgen. Die Gruppe ist maximal 20 Teilnehmer stark und wird von zwei Moderatoren begleitet. Die Teilnehmer erkennen Optimierungspotenzial für die eigenen Verkaufserfolge auf hohem Niveau. Gleichzeitig werden die erfolgreichen Vorgehensweisen in nachvollziehbare Teilschritte

und Umsetzungsstrategien gegliedert und beschrieben.

Durch die Modellierung der Erfolgsstrategien "der Besten" im Unternehmen gelingt es schnell, die Vertriebsmannschaft mit dem Know-How zu versorgen und die Verkaufserfolge signifikant zu verbessern. Durch den Austausch unter den erfolgreichen Verkäufern entstehen neue Bindungen und Erfolgsgemeinschaften mit dauerhafter Umsetzungskraft. ■

i Kontakt
info@finanzwelt-akademie.de
www.finanzwelt-akademie.de

In der nächsten Ausgabe der **FINANZWELT** lesen Sie im Teil 2 des Artikels über das ganzheitliche Bildungsmanagement:

Wie der Bildungsbedarf beim Orientierungstag individuell ermittelt wird. Welche Themen beim Orientierungstag mit den Teilnehmern bearbeitet werden. Wie der Erfolgskompass funktioniert und welche Ergebnisse sich daraus ableiten lassen.



Kompetente Verkäufer gestalten Ihr individuelles Weiterbildungskonzept aktiv mit. Das Wissen der "Besten" nutzen.