

Vertriebs- und Leistungskultur: Welche Faktoren entscheiden über den Erfolg am Markt?

Ausgabe 9

Februar 2008

„Unsere Vertriebsleute sind TOP, Sie müssen nur mal auf deren Leistungsprämien schauen!“

Solche Aussagen sind in vertriebsorientierten Unternehmen nicht unüblich-vollmundig und (selbst-)zufrieden werden sie von Vertrieblern und der Ge-

werber trotzdem die Nase vorne, erzielt bessere Vertriebs-erfolge. Woran liegt es nun? Großes Fragezeichen?

Augenscheinlich wurde hier



Unser Top-Verkäufer

schaftsleitung geäußert. Und dann hat der Wettbe-

trieb nicht als unternehmerische Gesamt-Leistung definiert, sondern einseitig auf die Top-Verkäufer gesetzt.

Entscheidend für Erfolg ist aber

das Zusammenspiel zwischen den Vertrieblern an

der Kundenfront, ihrem Backoffice und den internen Stabsabteilungen. „Vertriebskultur,, muss als Grundeinstellung aller Mitarbeiter quer durch das gesamte Unternehmen umgesetzt und gelebt werden. Vertrieb geht alle etwas an! Nur dies garantiert bessere und dauerhafte Vertriebs-erfolge.

Eine so **gelebte Vertriebskultur** ist ein entscheidender Vorteil gegenüber Wettbewerbern, den diese nicht so einfach kopieren können. (B. Behrend, HBC)

Alles Kultur oder was ? Kann man sich den Invest in „weiche Themen“ heute noch leisten?

Die Krux bei Veränderungsprozessen ist: man kann ihren Erfolg oft nur bei den hard facts messen. Mancher ahnt zwar, dass auch die Kultur verändert werden muss, will man nachhaltig Erfolg haben. Trotzdem bleibt Kultur für viele Entscheider ein „nice to have“. Weil man „weiche Faktoren“ eben nicht messen kann, bringen sie auch nichts. So einfach ist das!?? Setzen Sie sich mit Ihrer Vertriebskultur auseinander, so ist das ein typischer **Veränderungsprozess**. Es geht nicht vordergründig um die Erfüllung von Verkaufs- oder Kennzahlen,

vielmehr um die Wirkungsfaktoren, die ein gutes Erfüllen der Kennzahlen verhindern oder fördern. Das ist die Ebene des Denkens, Verhaltens, der Motivation und Grundeinstellung- der Vertriebsorientierung eben.

Und das ist **unser Thema**: Wo müssen Mitarbeiter, Führungskräfte und Bereiche etwas verändern, damit der Vertriebs-erfolg eintritt und die Kennzahlen stimmen?

Dieser Frage gehen Sie mit dem Einsatz des **HBC Navigator®** auf den Grund. Er zeigt Ihnen, wo Ihre Vertriebs- und Leistungsorien-

tierung den erwünschten Erfolg trägt, fördert oder evtl. behindert. So haben Sie die Steuerung Ihres Erfolges in der Hand. Vertriebskultur ist messbar. Deshalb hat die Investition in messbare Vertriebskultur eben doch einen nachvollziehbaren **ROI**. Fazit: wer die bessere Vertriebskultur hat, hat die **besseren Ergebnisse**

(B.Behrend, HBC)



Das Thema in dieser Ausgabe:

Vertriebs- und Leistungskultur überprüfen, an den richtigen Schrauben drehen, um den Vertriebs-erfolg zu sichern

In dieser Ausgabe:

- Unsere Vertriebs-
leute sind TOP.... 1
- Alles Kultur oder
was?..... 1
- Mit dem HBC
Navigator® auf
Testfahrt..... Ein
Praxisbericht 2
- Unsere Vertriebs-
kultur- Eure Ver-
triebskultur-
Benchmark- wa-
rum ein Vergleich 4

Bloggen Sie mit uns!

Laufend aktuelle Beiträge zu interessanten Change-Themen

Und wenn Sie mögen geben Sie Ihren Beitrag, Ihren Kommentar dazu

Besuchen Sie:

- <http://hbcontor.blogspot.com>
- Oder
- <http://hbcchange.wordpress.com/>

hbc-change
Informationen zu diesem Blog finden Sie unter www.hbcontor.de

Freitag, 11. Februar 2011

Unternehmenskultur und Due Diligence

Es war der auf Change Management und Risk Manager integrierte, transparenzorientierte Wandel, sondern lediglich, falls in der Praxis für Organisationsentwicklung (im 1000er) per se ein Unternehmen schon geschieden, die nicht als zentrale Tätigkeit im Unternehmensprozess befragt und bearbeitet.

Warum befasst sich mit der Unternehmenskultur von Unternehmenskultur und sind die Gründe sehr unterschiedlich auf Firmen und sind:

- Nicht nur völlig unterschiedliche Unternehmenskulturen können in Fusionen, Übernahmen und Acquisitions entstehen, die das bestehende Firmenwissen, -strategie und -prozesse mit sich bringen, die durch eine „Kulturverschmelzung“ oder „Kulturintegration“ durch den Zusammenstoß von unterschiedlichen Unternehmenskulturen entstehen.
- Wichtig ist bei Fusionen aber schon im Voraus (Sicht der Zukunft) das Verhalten zu schauen, bevor die Mitarbeiter der fusionierten Unternehmen sich zueinander können, um die Unternehmenskultur zu integrieren, kann es sich und auf die



HBC Hamburger BeraterCenter

Dieser Blog befasst sich vornehmlich mit aktuellen und internationalen Informationen über Change-Prozesse. Wenn möglich sehr anschaulich. Nicht Hauptberuflich, sondern mit anderen Erwerbstätigen als Nebenberuflich, die sich dafür für Change

Vertriebskultur messen und entwickeln: ein Workshop

Ende Januar 2008 veranstaltete die Kreissparkasse Steinfurt einen Workshop, auf dem sie über ihre Erfahrungen aus dem Praxiseinsatz des **HBC Navigator®** berichtete. 15 Teilnehmer aus 11 Sparkassen diskutierten engagiert.

mit der Erfassung von 6 Kernelementen des Vertriebsserfolgs ist

Transparenz über die aktuelle Ausprägung der Vertriebskultur und den weiteren Weg. Er hat das Ziel „Vertriebssparkasse“ bei allen Mitarbeitern der KSK Steinfurt verankert. In kurzer Zeit wurde mit geringem Aufwand viel für die Optimierung der eigenen Vertriebskultur geschafft.



Die Kernergebnisse der Veranstaltung:

1. Vertriebskultur ist ein „schillernder Begriff“, 10 Betrachter, 10 Definitionen. Entscheidend aber ist ein **ganzheitliches Verständnis** von Vertriebsleistung.
2. Der instrumentelle Ansatz des HBC Navigator

auf die Praxis zugeschnitten. Entsprechend sind die Ergebnisse **praktikabel** und **umsetzungstauglich**. Der Einsatz des Instruments hat einen hohen Nutzen gebracht: deutliche Klarheit und

Fazit war: Vertriebskultur ist **messbar, steuerbar** und bringt messbaren **Erfolg**. Das hohe Engagement aller in diesem Thema ist eine sichere Grundlage hierfür

C.C. Kamp, KSK Steinfurt)

Mit dem HBC Navigator auf Testfahrt: Ein Praxisbericht

Den eigenen Standort bestimmen

Navigation ist in der Seefahrt unverzichtbar! Die kürzeste Route finden, Untiefen und Riffe vermeiden, günstige Winde ausnutzen sind nur einige der Herausforderungen. Auch für Unternehmen ist **Erfolg steuerbar**. Nur muss man zunächst den eigenen Standort bestimmen, um sich dann auf Erfolgskurs zu bringen:

- Wo stehen wir zurzeit?
- Was sind die wesentlichen Stellhebel, die wir nutzen können?
- Was müssen wir optimieren?

Der HBC Navigator ist unsere Antwort auf Ihre Suche nach einem geeig-

neten Analyseinstrument.

- definiert entscheidende Stellhebel für den Vertriebsserfolg,
- analysiert die relevanten Erfolgsfaktoren,
- erfordert nur einen geringen Zeit- und Ressourcenaufwand,
- führt zu direkt umsetzbaren Ergebnissen in die Praxis.

Mit einer Online-Befragung erfassen Sie schnell und unaufwändig die wesentlichen Erfolgsbringer Ihrer Vertriebsaktivitäten. Sie ermitteln Ihren aktuellen Standort und machen förderliche wie hinderliche Faktoren fest. Mit mehr Klarheit packen Sie die richtigen Dinge an, bündeln Ihre

Aktivitäten und navigieren gezielt in die Zukunft. Erfolg ist messbar und wird noch steuerbarer.

Ergebnisse aus der Praxis

Nach einer erfolgreichen Fusion zweier Alt-Häuser, der Neugestaltung von Technik und Organisation, Entwickeln einer gemeinsamen Unternehmenskultur und Umsetzen einer neuen Vertriebsstruktur, flankiert durch ein erfolgreiches Führungsfeedback und systematischer Weiterqualifizierung von Führungskräften, hat die Kreissparkasse Steinfurt das Thema **Vertriebssparkasse** in 2007 verstärkt auf die Tagesordnung gesetzt.



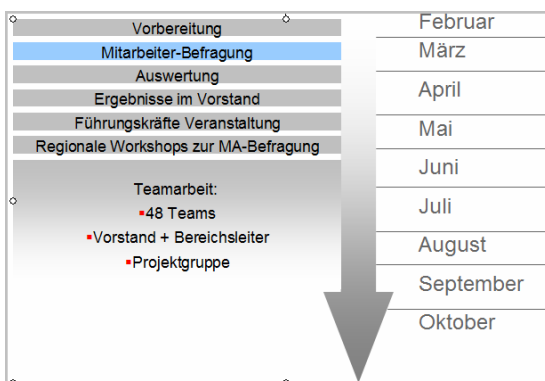
Fortsetzung von Seite 2:

Im ersten Schritt galt es, hierzu klare Ziele auf Basis einer systematischen Bestandsaufnahme zu definieren. Hier hat der HBC Navigator einen **wichtigen** Beitrag geleistet.

„Unsere Vision ist Champions League zu spielen. Dazu müssen wir unsere Vertriebs- und Leistungskultur leben und weiterentwickeln. Mit dem Instrument haben wir deutlich mehr Klarheit und Transparenz gewonnen: Das machen wir schon gut! Das müssen wir gezielt anpacken! Vertriebssparkasse beschäftigt unsere Mitarbeiter, ist jetzt in allen Köpfen. Die Führung ist Vorbild und steht in der Pflicht. Wir haben die Basis verbreitert und viele freiwilligen Mitstreiter gewonnen. In kurzer Zeit konnten wir sehr viel mit geringem Aufwand erreichen und dabei vieles selbst weiter auf den Weg bringen!“

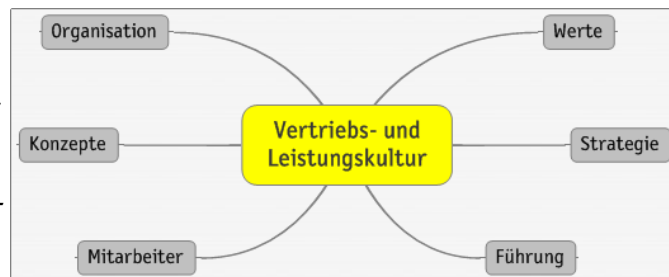
(Jörg Munning, Mitglied des Vorstandes)

Das Vorgehen im Überblick:



Wie das Instrument aufgebaut ist ...

Der HBC Navigator beruht auf einem ganzheitlichen Verständnis von Vertriebsleistung. 6 Erfolgsparameter bilden die Basis für Vertriebserfolg:



Werte: Ein klares gemeinsam getragenes Selbstverständnis verbessert die Identifikation mit dem Unternehmen, fördert Motivation und Engagement.

Strategie: Gelebte Visionen und Strategien sichern den gemeinsamen Erfolg. Menschen brauchen Orientierung über den Kurs, um ihn mitzugehen.

Führung: Vertriebserfolg steht und fällt mit allen Führungskräften, deren Qualifikation, Einstellung, ihrem Verhalten und ihrer Glaubwürdigkeit.

Mitarbeiter: Jeder Mitarbeiter ist der Schlüssel zum Erfolg: Fachliche Fitness, Ver-

triebskompetenz, Teamarbeit und Blick über den Tellerrand sind Erfolgsfaktoren.

Konzepte: Systeme und Konzepte sind nicht Selbstzweck sondern müssen konsequent die

Vertriebsleistung fördern und unterstützen.

Organisation: Strukturen und Prozesse sind konsequent am Markt und den Kunden orientiert, interne Dienstleister unterstützen aktiv die Vertriebsarbeit.

Jedem der 6 Erfolgsparameter sind **6 Schlüsselfaktoren** zugeordnet. Durch insgesamt 36 Aussagen beleuchten und bewerten Sie Ihre Vertriebs- und Leistungskultur

Was Sie zur Durchführung wissen müssen ...

Sie entscheiden, wer an der Befragung teilnimmt und definieren die Auswertungsebenen. Wir bereiten gemeinsam mit Ihnen die technische und organisatorische Umsetzung vor. Ein Zeitkorridor von 2 Wochen für die Durchführung hat sich als hilfreich erwiesen.

Sie haben Interesse an dem Foliensatz der Präsentation aus dem Workshop am 30. Januar 2008?

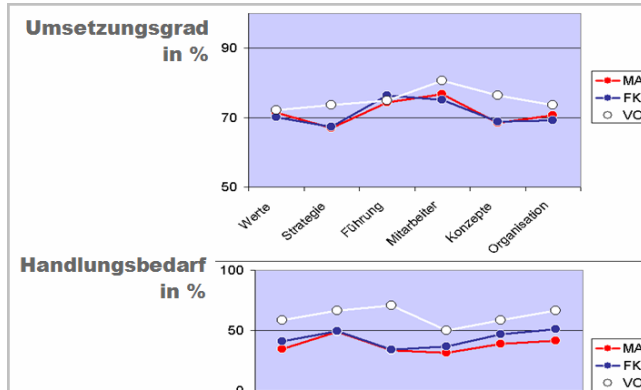
Sie können ihn über den folgenden Link von unserer Website herunterladen:
www.hbcontor.de/xxxx



Fortsetzung von S.3

Es braucht lediglich 15 - 20 Minuten für die Bearbeitung.

Sie erhalten einen Auswertungsbericht, abgestimmt auf Ihre Vorgaben und definierte Auswertungsebenen. Dieser Bericht gibt Ihnen erste Handlungsempfehlungen und umfasst Vorschläge für weitere Schritte.



Die **gute Botschaft** ist: Auch qualitative Erfolgsfaktoren lassen sich quantifizieren.

Kann das nicht auch für Sie eine **Chance** sein?
(Ralf Liedtke, HBC)



IMPRESSUM:

HBC HAMBURGER BERATERCONTOR GMBH

Hinter den Tannen 10,
21509 Glinde
Telefon: 040 7107750
Fax: 040 7107756
E-Mail: office@hbcontor.de

Unsere Vertriebskultur– Eure Vertriebskultur– Warum ein Vergleich lohnt

Unsere Unternehmer und Unternehmen scheuen häufig den direkten Vergleich mit anderen, vor allem wenn es sich um Wettbewerber handelt. Wie würde wohl der Floating Market in Bangkok aussehen, wenn dort auch so gedacht würde?

Warum sollten Sie überlegen, die Ergebnisse der Analyse Ihrer Vertriebskultur mit dem **HBC Navigator®** zu **benchmarken**?

Der Einsatz des Analyseinstruments zeigt: Auch qualitative Erfolgs-

faktoren sind messbar und lassen sich steuern. Also kann man auch Vertriebskulturen miteinander vergleichen und die einzelnen Stellhebel in ihrer Ausprägung bewerten.



Erster Vorteil ist ein „**interner Benchmark**“ - Sie wiederholen die Analyse nach einiger Zeit und erkennen die

zwischenzeitlichen Erfolge Ihrer eigenen Optimierungsaktivitäten.

Und der **zweite Vorteil** („**externer Benchmark**“) ist: Sie können Ihre eigene Position mit den aggregierten Gesamtergebnissen der teilnehmenden Benchmark-Partner vergleichen. So gewinnen Sie Erkenntnisse über Ihren eigenen Standort im Vergleich zu anderen Unternehmen. Die aufgezeigten **Potenziale** weisen Ihnen die Richtung für die weitere Optimierung Ihrer Vertriebskultur auf. Damit verfügen Sie über ein ideales **Steuerungsinstrument** für Ihre Vertriebsfolge!
(B.Behrend, HBC)

Sie finden uns im Web unter www.hbcontor.de

Und zu unserem Checkinstrument, dem **HBC Navigator®**



erhalten Sie einen Überblick unter <https://www.hbc-checks.de>