

Sales Academy

Konzeptskizze einer umfassenden und intensiven Trainingsoffensive
für die messbare Erhöhung der Verkaufsleistung

Inhalt

Inhalt	1
Ausgangssituation	2
Aufbau der Sales Academy	3
Die Sales Academy im Detail.....	4
Vorphase: Führungskräfteworkshops und Briefing	5
Trainingsprogramm für Verkäufer	6
Tools und Interventionen im Trainingsprogramm	13
Ausbildung und Supervision der Coaches	14
Seminar: Coach the Coaches	14
Supervision der Coaches.....	15
Pilotprojekt für die Realisierung eines schnellen Erfolgs	16
Kontakt	17

Ausgangssituation

Das Unternehmen XY hat sich vorgenommen in seiner Strategie für die nächsten Jahre sehr anspruchsvolle Ziele zu erreichen. Im Rahmen dieser Strategie bekommt die Vertriebsleistung des Hauses einen ganz besonderen Stellenwert und eine zentrale Bedeutung. In der Sales Academy wird eine Trainingsoffensive geschaffen, die alle Mitarbeitenden in den Vertriebsfunktionen in die Lage versetzen soll, die anspruchsvollen Ziele zu erreichen.

Strategie des Unternehmens

Für das Unternehmen wurden hierzu verschiedene strategische Ansatzpunkte ausgearbeitet, die in ihrer Vernetzung das Unternehmenswachstum gewährleisten. Die Struktur des Unternehmens wird auf die zukünftigen Anforderungen angepasst (**Projekt A**). In dem **Projekt B** geht es darum, die Effizienz zu erhöhen und den Wert des Unternehmens zu steigern. Das Thema Kundenbegeisterung (**Projekt C**) soll die Mentalität der Menschen auf die Kunden zentrieren.

Diese einzelnen strategischen Projekte müssen vernetzt betrachtet werden. Innerhalb der Projekte ist es wichtig, dass die Wirkung der einzelnen Faktoren abgestimmt ist und sich die Faktoren nicht gegenseitig stören oder neutralisieren. Gerade im Projekt Kundenbegeisterung zeigt es sich, wie wichtig es ist, dass beispielsweise die Schnittstelle der Partner zu dem Unternehmen sehr sensitiv ausgestaltet wird, damit Synergieeffekte überhaupt realisiert werden können.



Neuausgestaltung der Leistungskultur

Das Ganze mündet in eine Neuausgestaltung der gesamten Führungs- und Leistungskultur. Partnerschaftlichkeit zu Mitarbeitenden, Kunden und Stakeholdern, der hohe Einbezug der Mitarbeitenden und Führungskräfte in der Mitgestaltung des Unternehmens sind zentrale Bestandteile der neuen Kultur.

Ziel dieser Maßnahmen ist es, ein hohes Commitment bei allen Beteiligten zu den Zielen des Unternehmens zu schaffen. Die Entwicklung von Eigenverantwortung, Initiative und Bereitschaft, die Extrameile zu gehen, sind Resultanten dieser ganzheitlichen Aktivitäten.

„Von Quadratmetern zu Kubikmetern“

Das zusätzliche Umsatzvolumen soll über die Kreierung von zusätzlichen Serviceleistungen, die neben dem Umsatz für das Unternehmen einen deutlichen Zusatznutzen für die Kunden bieten.

Sales Academy

Die zentrale Bedeutung der Sales Academy

In diesem Zusammenhang kommt der Sales Academy eine zentrale Bedeutung zu. Mit der Sales Academy soll sowohl die Priorität der Mitarbeitenden für den qualitativen Verkauf wie auch die Bereitschaft und Kompetenz, den notwendigen qualitativen Verkauf zu realisieren, erhöht werden. Die Sales Academy soll gewissermaßen strategiebegleitend sicherstellen, dass alle Mitarbeitenden, die aktiv im Verkauf tätig sind, in einer umfassenden und systematischen Trainingsoffensive die Möglichkeiten haben sich die Kompetenzen anzueignen, die sie für die anspruchsvolle Aufgabe brauchen.

Auch sollen durch eine höchst professionelle Verkaufsausbildung alle Mitarbeitenden im Verkauf die Möglichkeit erhalten, den eigenen Wert zu erhöhen. So wird die Maßnahme für die Mitarbeitenden, die daran teilnehmen, die Möglichkeit bieten, ein entsprechendes Zertifikat zum „Certified Sales Professional“ zu erwerben.

Eine weitere wichtige Bedingung für den Erfolg der Sales Academy ist die hohe Transferorientierung. So wird stets durch praxisnahe Fälle aus dem Unternehmen die Umsetzungsleistung gefördert. Die Teilnehmenden werden für sich eine „Sales Challenge“ definieren, die während des Programms stets evaluiert und supervidiert wird. Sie analysieren während des Programms ihre Fähigkeit, Lernen in die Alltagssituation zu transferieren.



Aufbau der Sales Academy



Im ersten Teil wird ein **Trainingsprogramm** dargestellt, das alle Verkaufsmitarbeitenden durchlaufen können. In diesem Programm gibt es drei Säulen:

- Die verkäuferische Ausbildung
- Die Einweisung in die verschiedenen Tools, die für den Verkauf entwickelt wurden
- Das intensive persönliche und verkaufsorientierte Coaching durch einen internen Verkaufcoach (nach der ersten Staffel)

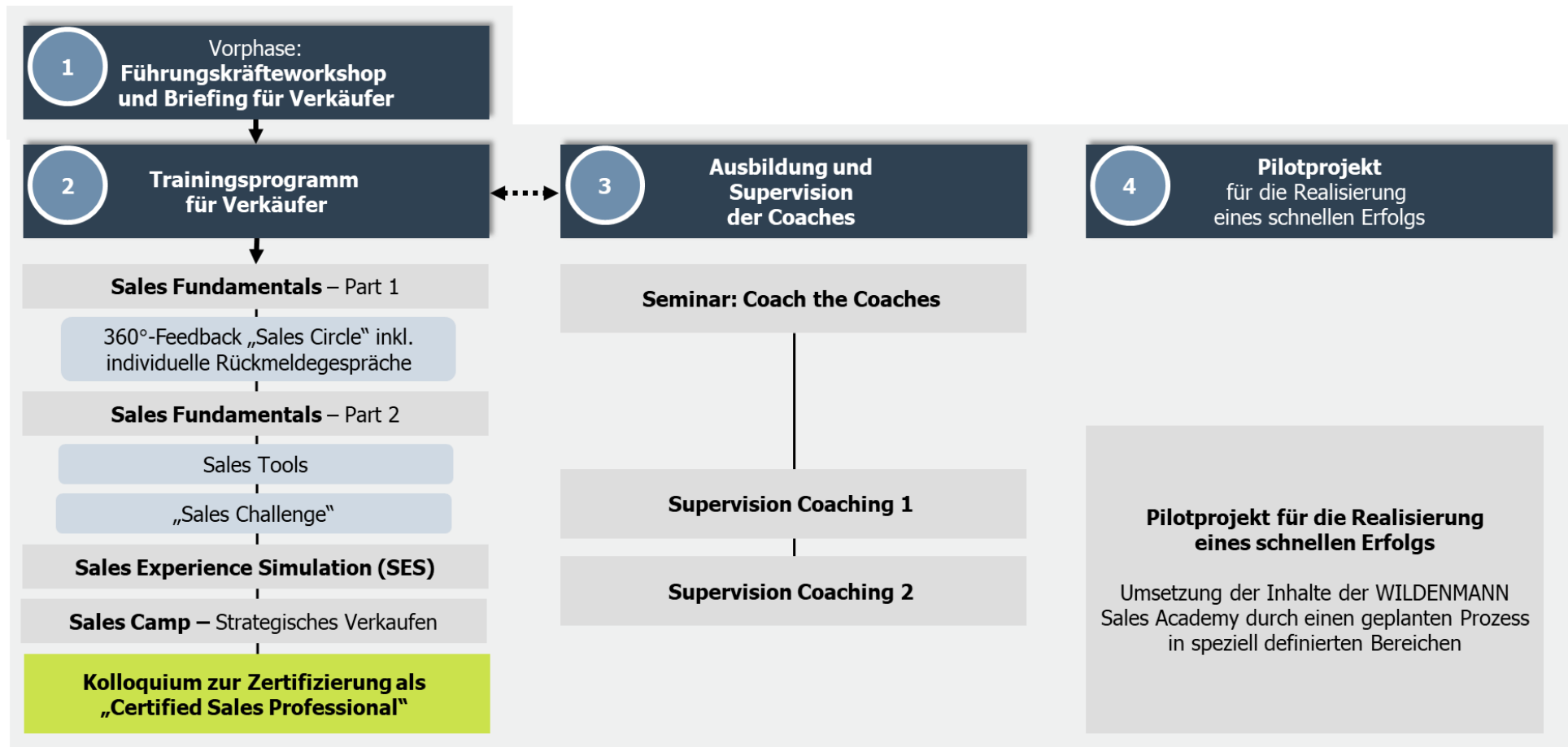
Im zweiten Teil der Sales Academy wird die **Ausbildung und Supervision der Coaches** sichergestellt.

Nach der ersten Staffel werden die Teilnehmenden zu Coaches ausgebildet, die für die nachfolgenden Staffeln als Sales-Coaches eingesetzt werden.

Im dritten Teil der Sales Academy wird in einem **Pilotprojekt** das gesamte Verkaufs- und Entwicklungsprogramm möglichst kurzfristig zu einem sofort messbaren Erfolg gebracht. Nach dem ersten Durchgang wird ein Bereich definiert, bei welchem ergebnisorientiert die Erkenntnisse integriert angewendet werden. In das Pilotprojekt werden auch die angrenzenden Servicepartner bzw. Abteilungen einbezogen.

Die Sales Academy im Detail

Im Detail sieht die Sales Academy folgendermaßen aus:



Im Folgenden werden die einzelnen Maßnahmen detaillierter vorgestellt.

Vorphase: Führungskräfteworkshops und Briefing

Die Führungskräfteworkshops sind ein wichtiger Baustein für den Erfolg der Sales Academy.

Primär werden 2 Ziele damit erreicht:

1. Die Vertriebsleitung ist umfassend über die Inhalte der Vertriebsstrainings sowie deren strategische Bedeutung für den Erfolg des Unternehmens informiert, um für die Vertriebsmitarbeitenden ein kompetenter Ansprechpartner zu sein. Durch die vorgelagerte Durchführung erhalten die Führungskräfte zudem einen Wissensvorsprung.
2. Um eine erfolgreiche Transaktion des in den Vertriebsworkshops Erlernen in die Praxis dauerhaft zu gewährleisten, ist es unerlässlich, dass die Führungskräfte

**...haben Sie Interesse an unserem vollständigen Konzept,
in welchem wir Ihnen die Sales Academy im Detail vorstellen?**

Oder wünschen Sie ein individualisiertes Konzept?

Kontaktieren Sie uns gerne schriftlich per E-Mail oder telefonisch.
Wir freuen auf den Kontakt mit Ihnen!

Sales Academy

Kontakt

WILDENMANN GmbH & Co. KG
Pforzheimer Str. 160 | D-76275 Ettlingen

Telefon +49-7243 5230800
Fax +49-7243 530850

info@wildenmann.com
www.wildenmann.com

Wildenmann Consulting AG Schweiz
Dorfstrasse 13a | CH-5628 Aristau

Telefon: +41 782676010



Bitte beachten Sie, dass das in unserem Ideenpapier entwickelte Dramaturgiekonzept copyrightgeschützt ist. Es darf von einem anderen Anbieter weder unverändert noch variiert aufgegriffen oder umgesetzt werden.