

Mitarbeiterführung

So gelingt der Verkäuferwechsel reibungslos

Teil II unserer Serie „Mitarbeiterführung leicht gemacht“

Die gute Beziehung zwischen Verkäufer und Kunde scheint in Gefahr, wenn der Verkäufer das Unternehmen verlässt und ein neuer Außendienstler den Kunden betreuen soll. Wer den Wechsel jedoch als Chance begreift und vorbildlich organisiert, kann den Kunden weiterhin ans Unternehmen binden – und sogar neue Potenziale ausschöpfen.

Gewachsene, persönliche Beziehungen zum Kunden sind im Verkauf die halbe Miete: Vertrauensverhältnisse fördern die Kaufbereitschaft des Kunden. Zudem läuft der Verkaufsprozess schneller und effizienter ab, wenn der Verkäufer die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden bereits kennt.

Sichern Sie die Kunden

Im schlimmsten Fall nimmt der scheidende Verkäufer sogar Kunden mit sich. Der Ruhestand oder die Kündigung eines Verkäufers wird daher immer als problematisch angesehen.



Experten-Rat

Als Verkaufsleiter müssen Sie die Verantwortung für das Projekt „Verkäuferwechsel“ übernehmen. Dazu gehören die nahtlose Übergabe, die Vorstellung des Neuen bei den Kunden und eine sorgfältige Einarbeitung.

Führen Sie das Übergabegespräch zu dritt

Vorausgesetzt, der bisherige Verkäufer ist noch da, sollte er die Übergabe persönlich übernehmen. Als Verkaufsleiter müssen Sie ebenfalls teilnehmen.

In diesem Gespräch erfährt der Neue die Abläufe des Verkaufs im Unternehmen. Wichtige Hinweise zu Kunden, die noch nicht im System stehen, werden ergänzt und alle laufenden Fälle besprochen. Dass Sie als Verantwortlicher anwesend sind, stellt sicher, dass das Gespräch im Sinne des Unternehmens geführt wird. Allzu häufig nämlich infor-

mieren scheidende Verkäufer ihre Nachfolger zuerst über Schwächen im System, statt die Chancen des vertrieblichen Umfelds darzustellen.

Achten Sie auf aktuelle Daten

Wichtig ist natürlich die Übergabe ordentlich überarbeiteter Unterlagen. Wenn Sie dies übernehmen, können Sie Ihrem neuen Mitarbeiter gleich Ihr Ordnungssystem näher bringen. Leider pflegen ausscheidende Vertriebler Ihre Daten nicht mehr bis zum letzten Tag optimal. Prüfen Sie deshalb genau, ob alles vollständig vorhanden ist.

Begleiten Sie die Kennenlern-Tour

Die Kennenlern-Tour sollten Sie mit Ihrem neuen Mitarbeiter gemeinsam machen. So fühlen sich heikle Kunden wertgeschätzt, weil der „Chef“ mitkommt. Absprungbereite Kunden können Sie so eher retten.

Die Einführungstour sollte so bald wie möglich erfolgen. Der alte Verkaufsmitarbeiter sollte hier nicht mitfahren, um eventuelle Stimmungsmache zu vermeiden.

Verhindern Sie schlechte Stimmung

Durch die Besuchsbegleitung steuern Sie auch, was die Kunden über den Verkäuferwechsel erfahren. Ein Verkäufer, der aus Unzufriedenheit gegangen ist oder der gekündigt wurde, nutzt manchmal noch die Gelegenheit, bei Kunden schmutzige Wäsche zu waschen oder Mitleid zu heischen. Beides erschwert

den Einstieg des zukünftigen Kundenbetreuers. Doch viele Kunden werden Sie nach dem Grund des Wechsels fragen. Die Geschichte sollten Sie ohne böse Worte über den „Alten“ erzählen können.

Wechseln Sie ohne Übergangsphase

Ich befürworte den klaren Cut, wenn es um die künftige Kundenbetreuung geht: Jeder Verkäufer ist anders. Wenn der Neue seine Aufgabe ohne die ständige Unterstützung durch seinen alten Kollegen beginnt, hat er schneller die Chance, eine eigene Beziehung zum Kunden aufzubauen.

4 bis 6 Wochen Einarbeitung sind sinnvoll

Kalkulieren Sie eine Einarbeitungszeit von 4 bis 6 Wochen, in der Sie Ihrem neuen Vertriebsmitarbeiter mehr oder weniger intensiv zur Seite stehen. In dieser Zeit können Sie dem Neuen das Vertriebscontrolling, die Tourenplanung und ein sauberes Berichtswesen vorleben. Besonders in einem Gebiet, in dem der Vertrieb bisher unengagiert und lieblos stattfand, steckt im Verkäuferwechsel eine große Chance. Mit der richtigen Einführung kann ein neuer Mitarbeiter frischen Wind und gute Umsätze bringen.



Autor: Michael Ehlers ist Inhaber des Instituts „Michael Ehlers Training“. Er arbeitet als Internationaler Trainer, Coach und Berater für Verkauf und

Rhetorik.

Kontakt: verkauf@michael Ehlers.de

Ihr Schnell-Check für die Datenübergabe an den neuen Verkäufer

- | | | |
|---|--------------------------|----|
| Zahlen zur Umsatzentwicklung | <input type="checkbox"/> | ok |
| Zielvorgaben | <input type="checkbox"/> | |
| Allgemeine Kundeninformationen und -daten | <input type="checkbox"/> | |
| Private Kundeninformationen (Geburtsstage, Interessen, Jubiläen etc.) | <input type="checkbox"/> | |
| Vollständige Besuchsberichte | <input type="checkbox"/> | |
| Sonstige Kontakthistorie (Telefonate, Briefe, Mails usw.) | <input type="checkbox"/> | |
| Informationen über Beschwerden und Unstimmigkeiten in der Vergangenheit | <input type="checkbox"/> | |

Fazit: Wenn diese Daten vollständig vorhanden sind, können Sie den neuen Mitarbeiter umfassend informieren.

VORSCHAU

- Machen Sie aus Einwänden Verkaufschancen
- Wie Sie neue Vertriebsmitarbeiter schnell auf den richtigen Weg bringen
- Projektverkauf