

Checkliste: Den richtigen Trainingspartner auswählen

Folgende Fragen sollten Sie sich unter anderem stellen, bevor Sie sich für einen Trainingspartner und ein Trainingskonzept entscheiden:

Christian Herlan

Ausgangssituation Verkauf

- Was verkaufen die zu trainierenden Mitarbeiter? (zum Beispiel: Konsumgüter, deren Nutzen jeder kennt, oder komplexe, beratungsintensive Produkte/Dienstleistungen?)
- Wer sind deren Käufer? (zum Beispiel: Privatpersonen oder Unternehmen? Handwerksbetriebe oder Konzerne?)
- Wie komplex ist der Verkaufs-/Vertriebsprozess? (zum Beispiel: Über welchen Zeitraum erstreckt er sich? Wie viele/welche Personen sind an der Kaufentscheidung beteiligt?)
- Wie verkaufen unsere Mitarbeiter? (zum Beispiel: alleine oder im Team? Per Telefon oder im Face-to-face-Kontakt mit den Kunden?)
- Worauf zielt unsere Unternehmens-/Vertriebsstrategie ab? (zum Beispiel: möglichst schnell viele Abschlüsse zu erzielen oder langfristige Geschäftsbeziehungen zu den Kunden aufzubauen?)
- Wie sind die Erwartungen unserer Kunden? (zum Beispiel: weitgehend gleich oder sehr individuell und verschieden?)
- Was ist für den Verkaufserfolg entscheidend? (zum Beispiel: eher Fachwissen oder Fähigkeit zum Beziehungs-/Vertrauensaufbau? Ausdauer sowie

hohe Frustrationstoleranz oder Teamfähigkeit sowie Flexibilität im Denken und Handeln?)

Trainingsziele

- Was soll bei den Teilnehmern primär geschult werden? (zum Beispiel: ihr Fach-/Verkaufsknow-how oder ihre Verkaufstaktik und ihr strategisches Denken?)
- Wollen wir eher die verkäuferische Kompetenz allgemein erhöhen oder gezielt Schwächen abstellen (zum Beispiel bei der Bedarfsanalyse, beim Abschluss)?
- Was sollen die Verkäufer nach dem Training können? (zum Beispiel: Beziehung zu Neukunden aufbauen, zusätzliche Bedarfe bei Bestandskunden ermitteln oder ihre Arbeit ökonomischer gestalten?)

Teilnehmer

- Wen wollen wir trainieren? (zum Beispiel: eher Einzelpersonen oder eine grosse Verkäufertruppe? Eher niedrigqualifizier-

tes Verkaufspersonal oder hochqualifizierte Vertriebsspezialisten?)

- In welchem Entwicklungsstadium befinden sich die Mitarbeiter (zum Beispiel eher «Frischlinge» oder «alte Hasen» im Verkauf)? Wie homogen/heterogen ist ihr Leistungsstand?
- Was hindert sie aktuell bessere Ergebnisse zu erzielen? (zum Beispiel: fehlendes Know-how oder mangelndes Gespür für Situationen/Personen oder zu geringe Identifikation mit ihrer Aufgabe/den Produkten?)

Trainingskonzept

- Wie sollte die Weiterbildung konzipiert sein, damit die Ziele erreicht werden? (zum Beispiel: zweitägiges Kompaktseminar oder mehrere Veranstaltungen mit anschliessendem Coaching/Training on the job?)
- Welchen Charakter sollte sie haben? (zum Beispiel: eher Workshop, in dem gemeinsam Lösungen erarbeitet werden, oder Trainings, in denen standardisierte Inhalte vermittelt werden?)
- Welches Profil sollte der Trainer beziehungsweise sollten die Trainer haben? (zum Beispiel:

eher «Pusher» und «Motivatoren» oder Coachs mit hohem Einfühlungsvermögen? Branchen-Kennntnis/Produkt-Know-how eher wichtig oder unwichtig?)

Trainingspartner?

- Welche (Kern-)Kompetenz muss der Trainingspartner haben (zum Beispiel: spezialisiert auf B-to-B- oder B-to-C-Bereich? Eher fit im Verkauf von «Schnelldrehern» oder von «Projekten»?)
- Welche Praxis-/Felderfahrung sollte der Partner haben (zum Beispiel eher Trainingsunternehmen oder Beratungsunternehmen mit entsprechender Projekterfahrung?)
- Welche Manpower muss er haben? (zum Beispiel: Einzelkämpfer oder Team/Unternehmen, das auch viele Mitarbeiter in kurzer Zeit schulen kann?)
- Welches Verkaufsverständnis sollte der Partner haben? (zum Beispiel: eher «Hardseller» oder «Beziehungsverkäufer»?)
- Über wie viel konzeptionelle Kompetenz muss der Partner verfügen? (zum Beispiel: Soll er das Trainingskonzept weitgehend alleine entwickeln oder in Zusammenarbeit mit uns? Soll er das «Projekt» steuern oder übernehmen wir die Steuerung?)
- Welche Personalstruktur sollte der Partner haben, um unsere Aufgabe zu lösen? (zum Beispiel: eher Team von sich ergänzenden Spezialisten oder Vielzahl von Trainern mit weitgehend gleicher Kompetenz?)



Zum Autor

*Christian Herlan, einer der drei Geschäftsführer Dr. Kraus & Partner
Werner-von-Siemens-Strasse 2-6
D-76646 Bruchsal
Telefon +49 (0)7251 989 034
www.kraus-und-partner.de
christian.herlan@kraus-und-partner.de*