FÜR VERTRIEBSLEITER

Neue Verkäufer schneller einarbeiten

Verkäufer sind für den Umsatz eines Unternehmens elementar. Deswegen ist es wichtig, dass ein neuer Mitarbeiter schnellstmöglich im Tagesgeschäft ankommt. Um die Einarbeitung für beide Seiten effizient zu gestalten, sollte der neue Kollege schon vor Arbeitsbeginn Produkt- und Leistungsbroschüren erhalten. So kann er sich vorbereiten und als noch Außenstehender einen kritischen Blick auf die Unterlagen werfen. Möglicherweise sind manche Passagen missverständlich – das kann er an die Marketingabteilung weitergeben.

In einem Verkaufshandbuch sollten erfolgreiche Verkaufsideen und -methoden sowie „Sales Stories" aus der Vergangenheit systematisch vorgestellt werden. Auf dieser Grundlage können sich neue Mitarbeiter schneller einarbeiten und müssen weniger bei Kollegen nachfragen.

Gerade in den ersten Wochen ist wichtig, dass der neue Verkäufer Erfolgserlebnisse hat. Demotivierend wäre, ihn zur Neukundengewinnung in hart umkämpften Regionen einzusetzen. Auch die Erfolgsaussichten für das Unternehmen sind dabei gering, denn womöglich hat er noch nicht verstanden, wie die Branche funktioniert oder warum sein Angebot eine Bereicherung ist. Motivierender ist es, ihn erst bei Bestandskunden mit Wachstumspotential vorzustellen.

Die Vertriebsleitung sollte Verkäufern klare Ziele für die ersten Monate setzen. Zu Beginn etwas häufiger, später seltener muss der Vertriebsleiter Gespräche initiieren, um zu erfahren, wo der neue Kollege Hilfe braucht. Gerade neue Mitarbeiter zögern oft nachzufragen. Ihnen, gilt es, die Scheu zu nehmen, um sie im Tagesgeschäft auf die Erfolgsspur zu bringen.

Autor Michael Sturhan ist Inhaber der B2B-Vertriebsberatung Primesales.

Unter Wasser: Unternehmen müssen sich vor den Folgen des Klimawandels schützen.

Gegen- statt miteinander

WEF-Studie: Handelskonflikte schwächen Weltwirtschaft

DIE BEREITSCHAFT DER WELT, im Angesicht dringender Krisen zusammenzuarbeiten, ist auf einem Tiefpunkt angekommen. Das ist das Ergebnis des „Global Risk Report 2019" des Weltwirtschaftsforums (WEF). Demnach verhindern schlechtere internationale Beziehungen ein gemeinsames Handeln, das eigentlich nötig wäre, um die vielen aktuellen Herausforderungen zu bewältigen.

Das Jahr 2018 stand im Zeichen internationaler Handelskonflikte, unter anderem zwischen den USA und China. Für 2019 erwarten 88 Prozent der Studienteilnehmer weitere Hürden und Erschwernisse im internationalen Warenverkehr. 85 Prozent der Befragten sehen 2019 ein erhöhtes Risiko für „politische Konfrontationen zwischen den Großmächten". Darunter wird ihrer Meinung nach auch die globale Konjunktur leiden.

„Da der weltweite Handel und das Weltwirtschaftswachstum 2019 in Gefahr sind, müssen wir dringender denn je die Art und Weise internationaler Zusammenarbeit erneuern", kommentiert Børge Brende, Präsident des Weltwirtschaftsforums. „Wir brauchen koordinierte Maßnahmen, um das Wachstum zu erhalten und die Bedrohungen, denen unsere Welt heute gegenübersteht, zu bewältigen."

Auch die Auswirkungen des Klimawandels sorgen für Unbehagen unter den Befragten. Bis zum Jahr 2040 seien Investitionen in Höhe von 97 Billionen US-Dollar erforderlich, um die globale Infrastruktur darauf vorzubereiten, zitiert Alison Martin, Group Chief Risk Officer der Zurich Insurance Group, aus dem Bericht. Nur Projekte von 18 Billionen US-Dollar seien allerdings bis dato in der Pipeline. „Wir empfehlen Unternehmen dringend, eine Anpassungsstrategie für ihre Klimawiderstandsfähigkeit zu erarbeiten und sie möglichst rasch umzusetzen", sagt die Versicherungsexpertin. Weitere Risiken erstehen laut Umfrage des WEF aus großangelegten Cyberangriffen, Massenvernichtungswaffen, Wasserknappheit sowie struktureller Arbeitslosigkeit oder Unterbeschäftigung.

Der „Global Risks Report" basiert auf den Ergebnissen des jährlichen „Global Risks Perception Survey", wofür das Weltwirtschaftsforum die Angaben von etwa 1.000 Experten und Entscheidungsträger auswertet. Die Befragung entsteht in Zusammenarbeit mit der Unternehmensberatung Marsh & McLennan Companies, der Zurich Insurance Group sowie mehreren renommierten Hochschulen. <<

Foto: undefined undefined/iStock/Getty Images Plus