

Lernen aus der WM? Zusammenspiel entscheidet über Sieg oder Niederlage

## Der richtige Teamgeist zählt im Vertrieb

EPA



**Gewonnen: Italiens National-Elf** verfügte über keinen herausragenden Star – trotzdem hat sie nun schon zum vierten Mal den Titel geholt

Die Fussball-WM ist entschieden. Das Zusammenspiel in den Teams war ein wichtiger Faktor über Sieg oder Niederlage: z.B. eine sichere Abwehr, der richtige Pass oder eingespielte Spielkombinationen. Auch im Match um den Kunden kann der perfekte Team-Auftritt zum Siegestor führen. In den Aufstellungen der Vertriebsteams stehen oft: Aussendienst, Back-Office, Produktmanager, Service und Geschäftsführung. Optimal beantwortete Kundenanfragen, die richtige Reaktion auf Beschwerden, offensive Massnahmen oder die schnelle Reaktion auf Wettbewerber-Aktionen können zum Umsatzgewinn führen. Dies gilt sowohl für die Neukunden-Gewinnung als auch für die Kundenbindung.

Voraussetzung für Ihr optimales Team-Play sind neben effizienten Abläufen vor allem auch Service-Standards, perfekte

interne Kommunikation und natürlich guter Teamgeist. Nicht immer zählt dabei die Grösse: durch Schnelligkeit können auch kleine und mittlere Unternehmen das Rennen um die Kunden machen. Typische Schwächen bei den Abläufen sind: unklare Entscheidungswege, Unsicherheiten bei den Zuständigkeiten oder zu wenig Handlungsfreiheit für Mitarbeiter.

### Die Abläufe prüfen

Schlagkräftiger kann Ihr Team werden, wenn Sie die wichtigsten regelmässigen Abläufe definieren und die gerade übliche Vorgehensweise auf Optimierungspotenziale prüfen. Sie werden staunen: ihre Teamspieler haben jede Menge Vorschläge. Überzeugen Sie diejenigen, von denen ein „Haben wir immer schon so gemacht“ kommt, durch Einbindung Servicestandards regeln,

in welchen Zeiträumen wer was verlässlich zu machen hat.

In diesen Service-Level-Agreements werden Zeit- und Qualitäts-Versprechungen formuliert. Dies gilt für die interne Zusammenarbeit genauso wie für die Beantwortung von Kundenbeschwerden. Auch die interne Kommunikation ist ein wichtiger Faktor im Spiel. Wenn Informationen zu spät und an die falschen Leute gehen, kann das Match verloren sein bevor Sie mit dem Mail-Lesen begonnen haben. Die wichtigsten Fragen: Wer braucht wann welche Informationen? Welche Information braucht das Marketing vom Vertrieb und umgekehrt? Werden Informationen automatisch weitergegeben oder nur zufällig beim Kantinen-Kaffee?

► weiter auf Seite 4

**Fortsetzung von Seite 3**

Mögliche Lösungen dazu sind formelle Instrumente wie Kunden-Besuchsberichte, Wochenreports, Analysetools, klare Informationswege oder regelmässige Jour-Fixe Termine. Papierarbeit bei Berichten ist dabei wie die manuellen Anzeigetafeln in alten Stadien: Wer schneller sein will, stattet sein Team mit modernsten Informationssystemen aus. Auch die Bedeutung informeller Kommunikation ist hoch und wird von Unternehmen immer mehr durch anregende Bereiche gefördert. Die besten Instrumente nutzen aber nichts, wenn das Team nicht gerne zusammenarbeitet und daher das Zusammenspiel scheut. Gute

Teamchefs setzen auf Massnahmen zum Teambuilding wie Teamworkshops, Teamausflüge oder einfach auf den regelmässigen Heurigenbesuch. Gesunde Reibungspunkte im Team können für die beste Lösung jedoch förderlicher sein als wenn stets alle einer Meinung sind.

Was wir aus Sportevents wie der WM lernen: Siegerteams entwickeln sich weiter und lernen von Spiel zu Spiel. Fehler der Vergangenheit sind das Potenzial für das nächste Match. Worauf warten Sie? Ihr Vertriebs-Team spielt gerade!

*Gastbeitrag von Mag. Karl Loidhold ist Chef von LCS Marketing Sales Services und Experte für Vertriebs-Optimierung (karl.loidhold@lcs.at)*

beigestellt



**Karl Loidhold, LCS**

LCS Marketing Sales Services  
 Mag Karl Loidhold  
 Steckhovengasse 23/12  
 A-1130 Wien

<http://lcs.at>  
[karl.loidhold@lcs.at](mailto:karl.loidhold@lcs.at)

Tel: 01 89 22 701