

PROJEKTBERICHT: SOLUTION SELLING

ENTWICKLUNGSPROGRAMM FÜR SYSTEMPARTNER

Das Unternehmen KONICA MINOLTA

Konica Minolta Business Solutions ist 2003 aus dem Zusammenschluss der beiden japanischen Technologieunternehmen als Geschäftsbereich rund um die Konzeption und Vermarktung der Bürokommunikationssysteme (Druck-, Kopier-, Scan- und ähnliche Anwendungen) hervorgegangen.



Der Direktvertrieb hatte sich schon vor der Fusion darauf konzentriert, die Produkte als Gesamtkonzepte für Papier- und Dokumentenmanagement (Output-Lösungen) mit den entsprechenden Dienstleistungen zu vermarkten. KM Business Solutions versteht sich nicht als Produkt- sondern als Systemanbieter rund um Druckausgabe und Dokumenten-Workflow und hat dazu ein umfassendes Analyse- und Beratungskonzept entwickelt.

Seit Jahren ist Actis Consulting an der Ausbildung der Verkäufer und Consultants beteiligt, gemeinsam wurde ein Trainingskonzept zum gezielten Verkauf von Projekten und Consulting-Dienstleistungen entwickelt und im Direktvertrieb der Konica Minolta erfolgreich umgesetzt.

Das zunehmende Interesse der Fachhändler hat dazu geführt, die Verfahren und entsprechenden Tools auch den dazu geeigneten Systempartnern zugänglich zu machen. Das Angebot richtete sich gezielt an Partner, die sich als Lösungsanbieter rund um „Output Management“ etablieren wollten oder dies bereits umsetzten.

Der Systempartner **kriesten**

Den Vorreiter machte Ende 2005 die Kriesten GmbH, die als innovativer Systempartner von Konica Minolta mit 5 Filialen in Sachsen und Brandenburg aktiv ist.

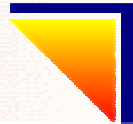
Geschäftsführer Jürgen Kriesten steckte seine Erwartungen klar ab: *„Wir sind schon seit Jahren im Dokumenten- und Output-Management aktiv, haben das entsprechende Know how im Haus und Kunden, die wir im Rahmen von Seitenpreis-Verträgen umfassend betreuen. Unser Verkaufsteam muss aber lernen, diese Lösungskompetenz richtig zu vermitteln und die Dienstleistungen zu verkaufen. Dies ist eine notwendige Voraussetzung, um mit Output Consulting wirtschaftlich erfolgreich zu sein.“*



Damit waren die Anforderungen an das Projekt klar gesteckt: Wie in vielen anderen Fällen tun sich erfahrene Bürogeräte-Verkäufer schwer damit, Dienstleistungen und Gesamtkonzepte an Kunden heranzutragen und bei der Akquisition neue Wege zu beschreiten. Dazu das methodische Rüstzeug und die nötige Sicherheit zu geben, war Gegenstand des Pilotprojekts bei der Kriesten GmbH.

Zielsetzungen:

- ☛ Verkaufskompetenz für Lösungsangebote und Dienstleistungen entwickeln
- ☛ Ausgangsbedingungen und Entscheidungswege bei Kunden zu erkennen und zu durchdringen
- ☛ Beratungsgespräche kompetent führen, Bedarf beim Kunden gezielt herausarbeiten
- ☛ den individuellen Nutzen einer Gesamtlösung professionell darstellen
- ☛ Chancen erkennen und den Verkaufsprozess effektiv planen und steuern



Das Ausbildungskonzept

Das Gesamtprogramm umfasste zwei Ausbildungsmodulare, die als jeweils zweitägige Seminare im Abstand von 4 Wochen mit dem gesamten Aussendienst-Team durchgeführt wurden.

Neben dem Erlernen des Verkaufskonzepts und der Werkzeuge aus dem IT-Projektvertrieb, u.a. in intensiven praktischen Übungen, wurden reale Kunden auf ihr Potenzial hin analysiert, Strategien entwickelt und direkt umgesetzt, um einen unmittelbaren Transfer zu erreichen und praktische Hilfestellung geben zu können.

Modul 1

konzentrierte sich auf die Themen

- ☛ Kundenakquisition und Planung
- ☛ Bedarfsanalyse/Bedarfsentwicklung
- ☛ Gesprächsführung/Kommunikation

Der Schwerpunkt liegt auf der Analyse des persönlichen Verkaufsstils und dem Training der Verkaufsmethode. Inhalte:

- Analyse des eigenen Verkaufsstils
- Planung & Ablauf von Akquisegesprächen
- Fragetechnik zur Bedarfsanalyse
- Wirksame Lösungsargumentation
- Umgang mit Kundeneinwänden

Modul 2

Im Folgeseminar ging es um

- ☛ die Schritte im Verkaufsprozess
- ☛ effektive Verkaufsstrategie im Projektgeschäft
- ☛ Tools zur Analyse und Lösungsfindung

Schwerpunkte waren die Planung und Steuerung des Verkaufsprozesses sowie effektive Verkaufsstrategien. Inhalte:

- Phasen im Entscheidungsprozess
- Analyse des „Buying Center“
- „Top Down“ vs. „Bottom Up“: Kriterien
- Kundenqualifizierung, Planung, Forecast
- Aufbau eines Lösungskonzepts

Den Seminarmodulen gingen ein umfassendes Vorgespräch und eine genaue Analyse der Ausgangsbedingungen voraus.

Ergebnisse

Die Mitarbeit und Lernmotivation war insgesamt sehr hoch. Die Bereiche Strategie und Verkaufsprozess wurden relativ schnell verstanden und gut angenommen. Es zeigte sich, dass die Mehrheit der Teilnehmer mit dem Ablauf eines Beratungsprozesses und der Entwicklung einer „Gesamtlösung“ für den Kunden grundsätzlich durchaus vertraut waren.



Der größte Trainingsbedarf bestand zunächst im Bereich der Gesprächsführung, insbesondere Bedarfsanalyse und Fragetechnik. Fast alle Teilnehmer hatten anfangs Schwierigkeiten, konkreten Bedarf für eine Gesamtlösung zu entwickeln. Meist wurde schnell eine „Lösung“ präsentiert, ohne dass der Kunde einen konkreten Lösungsbedarf hatte. Hier wurde intensiv eine kundengerechte, analytische Vorgehensweise trainiert, was von den Teilnehmern als echter Fortschritt gesehen wurde.

Neben dem Training der individuellen Verkaufskompetenz hat das Projekt einige konkrete Maßnahmen für die Organisation des Teams, im Bereich der Teamaufstellung und Abgrenzung von Verkaufs- und Pre Sales-Funktionen und der Vertriebssteuerung ergeben.

Die Kriesten GmbH hatte schon 2005 jahrelange Erfahrungen mit „Total Output Management“ und IT-basierten Druck- und Kopierlösungen. Inzwischen hat eine Mehrheit der Fachhändler diesen Weg eingeschlagen. Daher werden bei der weiteren Umsetzung ab 2007 weitere Anpassungen des Konzepts erfolgen, um allen interessierten Systempartnern den Weg ins „Output Consulting“ zu ebneten.

Weitere Informationen

Dipl.-Psych. Gebhard Janssen
Actis Consulting
gjanssen@actisgroup.de