

Team-Selling

Wann?

- In den 90‘er Jahren aufgekommenes Konzept, wonach auch im Vertrieb nach sinnvollen Anwendungen von Gruppenarbeit gesucht wird.

Arbeitsorganisation des Betriebs

- Team-Selling meint die Ausdehnung von Gruppenarbeit auf den Vertrieb. Dabei arbeiten 3-12 Personen, entweder auf Projektbasis oder fest in der Organisationsstruktur verankert, zusammen an vermarktungs- und kundenbezogenen Aktivitäten.

Tätigkeit der Arbeitsgruppe

a) Akquisitionsteams

Auftrag: Kontakt zu möglichen neuen Kunden herstellen.

Tätigkeit:

- Adressbeschaffung und –auswertung;
- Neukundenrecherche, z.B. durch Telefonmarketing;
- Initiierung von Akquisitionsprogrammen (Messen, Mailings, Werbung);
- Definition von Kundenselektions- und Bewertungsstrategien;
- Kontaktaufnahme und Vereinbarung von Gesprächsterminen;
- Erstellung von Akquisitionsreportings.

b) Selling-Center

Auftrag: Verkauf von Produkten.

Tätigkeiten:

- Erweiterung der Kundeninformationsbasis (Auskünfte über die Produkte);
- Vorbereitung und Durchführung von Verkaufsgesprächen;
- Produktdemonstration;
- Entwicklung von Angeboten;

- Festlegung von Angeboten;
- Abschätzung von Verkaufserfolgs-Wahrscheinlichkeiten;

c) **Kundenbetreuungsteams**

Auftrag: Stammkunden aufbauen und binden oder auch Betreuung von Großkunden.

Tätigkeiten:

- Erhöhung von Wiederkaufsraten;
- Abschätzung der Stabilität von Geschäftsbeziehungen;
- Aufbau und Vertiefung von Kontaktnetzen;
- Beschwerdemanagement;
- Kundenprojektmanagement;
- Cross-Selling Maßnahmen (Verkaufen von anderen Produkten aus der Produktpalette an den selben Kunden);
- Eingehen von Kundenallianzen;
- Schaffung von Anreizsystemen für langjährige Geschäftsbeziehungen und Partnerschaften;
- Abstimmung von Schnittstellen zum Kunden.

Vom strategischen Hintergrund her werden Akquisitionsteams zusammen mit Selling-Centern eingesetzt, um den Marktanteil innerhalb eines Teilmarktes zu Vergrößern. Wenn als Unternehmensstrategie die Bildung und Betreuung von Stammkunden im Vordergrund steht, sind Kundenbetreuungsteams das Mittel der Wahl.

Entlohnung

- Normaler Zeitlohn, Gruppenprämien.

Fazit: Laut einer verschiedener Meinungen aus Betrieben sind Teams im Vertrieb effektiver als untereinander über „Rennlisten“ konkurrierende „Einzelkämpfer.

Beispiel: Die Bull AG

Die Bull AG ist ein französischer Informationstechnologiekonzern, der in einem speziellen Spotlight-Konzept Kundenbetreuungsteams (Account Teams) einsetzt. Die Kundenbetreuungsteams steigen tief in die Kundenbranche ein, und analysieren in einem ersten Schritt die Erfolgsfaktoren im Markt des Kunden. Auf dieser Basis unterbreiten sie dem Kunden Vorschläge, wie durch einen Einsatz von Bull-Systemen ein Mehrwert für den Kunden erzielt werden kann. In diesen Prozeß wird der Kunde teilweise mit ins Team einbezogen.

Die Bull Teams werden nach fachlicher und sozialer Kompetenz besetzt. Ein Fasciliator (eine Art Moderator) begleitet als interner Coach den gesamten Prozeß. Er ist in speziellen Schulungen zu einer Art Controller für Gruppenprozesse ausgebildet worden.

Methode	Beteiligt	Aufgabe	Ziel
Workshop	Account Team	Sich in die Lage des Kunden versetzen.	Den Kunden besser verstehen
Workshop	Account Team	Erfolgsfaktoren erkennen und Mehrwert durch IR schaffen.	Anforderungen des Kunden an seine IT erkennen.
Kunden-interview	Account Team und Kunde	Abgleich der Sichtweisen des Kunden und des Account Teams.	
Workshop	Account Team	Kundengerechte Lösungsansätze erkennen.	IT-Projekt und Prioritäten ableiten.
Workshop	Account Team	Entwicklung von kundengerechten Lösungen.	
Dialog	Account Team und Kunde	Intensive Abstimmung.	Kontinuierliche Umsetzung.



Beyer, Horst-Tilo (Hg.): Online-Lehrbuch BWL, <http://www.online-lehrbuch-bwl.de>