



VERKÄUFERAUSWAHL

STRATEGISCHE PERSONALPOLITIK STATT BAUCHGEFÜHL

Top-Vertriebsleute fallen nicht vom Himmel. Gute Leute zu finden und zu behalten, ist mehr denn je ausschlaggebender Faktor für klare Wettbewerbsvorteile. Dafür brauchen Unternehmen keine Mochtegern- oder Schönwetterverkäufer, sondern solche, die ihren Job richtig beherrschen, die der Konkurrenz Marktanteile abnehmen und zusätzliche Stückzahlen generieren.

Leider erfolgt die Personalauswahl weiterhin zum größten Teil intuitiv. Das Bauchgefühl ist noch zu oft ausschlaggebend. Das kann gut gehen – muss es aber nicht. Denn viele Verkäufer beherrschen vor allem eines: die Selbstdarstellung. Doch die Fehleinstellung nur eines einzigen Mitarbeiters kann leicht Kosten in beträchtlicher Höhe verursachen. Welche Kriterien sollten Geschäftsführung und Personalabteilung daher bei Neueinstellungen beachten? Das Erfolgskonzept lautet: Strategisch und langfristig angelegte Personalentwicklung schlägt operative Hektik.

Anforderungsprofil erstellen

Unternehmen und Management stehen in der Verantwortung, zunächst einmal in strategische Klausur zu gehen: Wo stehen wir? Wo wollen wir hin? Welche Ziele verfolgen wir? Welche Mitarbeiter mit welchen Kompetenzen sind notwendig, damit sie uns helfen können, unsere Ziele zu erreichen? Daraus ergibt sich ein Anforderungsprofil, d.h., das Unternehmen legt fest, welche Verhaltensmerkmale und Soft Skills der Job fordert, welche Schlüsselkompetenzen gefragt sind.

Beispielweise erfordert die Optimierung des Neukundengeschäfts Verkäufer mit hoher Ziel- und Abschlussorientierung, die es verstehen, ihre Gesprächspartner zu begeistern und zu überzeugen. Liegt der Fokus auf dem Stammkundenmanagement, ist eher der Verkäufer mit hoher Beziehungskompetenz gefragt.

Produktpalette analysieren

Ein weiteres Kriterium liefert das Produkt oder die Dienstleistung, die verkauft werden soll. Sie bilden einen Ansatzpunkt, das Profil des idealen Bewerbers zu konkretisieren. Erklärungsbedürftige Produkte verlangen nach einer höheren Fach- und Analysekompetenz als Produkte mit hohem emotionalem Wert. Etablierte Produkte mit gutem Marktstanding kann primär der erfahrene Verkäufer verkaufen, der dem Kunden mit authentischen Beispielen die Qualitäten des Produkts nahe bringt und belegt.

Kundengruppen beachten

In der Regel haben Unternehmen es mit einer bunten Kundenlandschaft zu tun. Trotzdem sollte geprüft werden, ob es nicht Kundengruppen gibt, die einen entscheidenden Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten. Untersucht werden muss mithin: „Mit welchen Kundentypen haben wir es im Wesentlichen zu tun, und welcher Verkäufertypus kommt mit diesen Kunden am besten zurecht?“

Teamegefüge berücksichtigen

Wie teamfähig soll der Mitarbeiter sein? Wie ist das Team strukturiert, in das er integriert werden soll? Personalchef und Vertriebsleiter müssen erst einmal feststellen, wie das Team tickt, wie die Menschen gestrickt sind, die bisher Erfolge errungen haben. Dann können sie beurteilen, über welche Persönlichkeit und Qualifikationen der oder die „Neue“ verfügen sollte.

Kunden verlangen Authentizität

Der Kunde verlangt zunehmend Sicherheit und Orientierung. Genau diese Eigenschaften sollten sich auch in der Beratung spiegeln. Denn Sicherheit und Orientierung entstehen durch Vertrauen. Und Vertrauen entsteht durch Authentizität. Erfolgreiche Spitzenverkäufer sind aktive Beziehungsmanager und Lösungsanbieter, die langfristig den Unternehmenswert durch dauerhaft positive Kundenbeziehungen steigern.

Psychologische Verkaufstests können Sie bei der Auswahl wesentlich unterstützen.

Sie geben zusätzliche Sicherheit. Soft Skills können bspw. nur subjektiv bewertet werden. Tests helfen, diesen positiven Eindruck zu bestätigen oder zu verwerfen. Durch psychologische Fragen werden diese Soft Skills hinterfragt.

Fazit: Erfolgreiche Verkäuferauswahl kann nur mit ausgefeilter Strategie, System und Struktur gelingen. Die Experten von MFB Resultants unterstützen Ihre Personalverantwortlichen gerne bei der Erstellung von maßgeschneiderten Auswahlkonzepten für Ihre Vertriebsmitarbeiter/innen, damit Sie die richtigen Fachkräfte für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg finden.

MFB Resultants – Wir schaffen Resultate.