

## SellingPower Erfolgsstory III

# Change-Prozess mit Umsatz- und Ertrags- steigerung in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld

Die konsequente Einbeziehung der Vertriebsmitarbeiter war der Schlüssel zum Erfolg: Für das deutsche Vertriebsteam eines europäischen Versicherungskonzerns haben wir den Change-Prozess vorangetrieben.

**Branche:** Versicherung

**Kunde:** Vertrieb Deutschland eines europäischen Versicherungskonzerns

**Zeitraum:** Frühjahr 2011 bis Sommer 2012

**Projektleitung:** Kurt H. Thieme



**PUSH**  
your sales



## 1 Ausgangslage

Die Neuausrichtung der Unternehmensstrategie in einem speziellen Marktsegment steigerte den Ertrag im wettbewerbsintensiven Umfeld (Gewinn vor Umsatz), jedoch ging der Umsatz im Tagesgeschäft spürbar zurück. Zudem wurden die überwiegend sehr erfahrenen Vertriebsmitarbeiter durch den Verlust einiger Key Accounts merklich demotiviert. Das Ziel, Neukunden zu gewinnen, um den weggefallenen Umsatz zu kompensieren und darüber hinaus ein Umsatz- und Ertragswachstum zu generieren, schien gefährdet.

## 2 Zielsetzung

Gemeinsam mit dem Kunden definierte SellingPower folgende kurz- und mittelfristigen Aufgabenstellungen:

- » Steigerung der Mitarbeiter-Motivation
- » Stabilisierung des Stammkundengeschäfts
- » Gewinnung von 40 neuen Kunden (Versicherungsmittlern) mit einem jährlichen Prämienvolumen im siebenstelligen Bereich

## 3 Vorgehensweise und Maßnahmen

- » Präzisierung der Change Story und Konzeption eines 1,5-jährigen Change-Prozesses
- » Hoher Einbezug der Vertriebsmitarbeiter, um den Change-Prozess zu „ihrem Projekt“ zu machen und ihr langjähriges Know-how gezielt zu nutzen
- » Entwicklung von Verkaufstools zur Verhandlungsführung und einer systematischen Vorgehensweise bei der Stammkundenbetreuung und Neukundengewinnung
- » Kurze, praxisbezogene Präsenz-Trainings und Workshops, ergänzt durch virtuelle Turbo-Trainings (web-based)
- » Intensive Begleitung des Außendienstes bei der Zielumsetzung (Training-on-the-Job)

## 4 Ergebnisse

- » Spürbare Steigerung der Mitarbeiter-Motivation
- » Umsatzwachstum im Stammkundengeschäft über Marktwachstum
- » Ziele im Neukundengeschäft wurden bereits 9 Monate nach Projektstart erreicht

„Die bislang erzielten Ergebnisse sprechen für sich... Die effektivste und beste Qualifizierungsmaßnahme, die wir in den letzten 20 Jahren durchgeführt haben.“

K. M., Allianz Global Assistance