



Der erfolgreiche Weg zum ersten Gesprächstermin

Gesprächstermine für Vertriebsmitarbeiter ausmachen – das ist eigentlich kein großes Ding, sollte man meinen. Doch bei genauer Betrachtung des Vertriebs von Human Resource-Software und -Dienstleistungen wird man schnell eines Besseren belehrt. Die Zusammenarbeit von VRG HR und espado zeigt die vielfältigen Erfolgsfaktoren auf – und dass sie auch funktioniert, wenn die Rahmenbedingungen mal nicht optimal sind.

Interessant für...



VRG HR ist einer der führenden Anbieter in Deutschland für die Bereiche Personalabrechnung und -verwaltung. Das Leistungsspektrum deckt alle Abläufe der Personalwirtschaft ab. Lohn- und Gehaltsabrechnung sowie Zeitwirtschaft zählen ebenso dazu wie Reisekostenabrechnung, Bewerbermanagement, betriebliche Altersversorgung oder die digitale Personalakte. Consulting und Managementberatung sowie die Mitarbeiterschulung runden das Angebot ab. Software und Dienstleistungen werden seit mehr als 25 Jahren von 3.200 zufriedenen Kunden genutzt.

Rahmenbedingungen – Wachsende Komplexität in dynamischen und sensiblen Märkten

Der Markt für HR-Software, HR-Services und Outsourcing hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt. Die Erweiterung der klassischen HR-Themen (Lohn, Gehalt, Zeitwirtschaft etc.) um Themen wie die digitale Personalakte, Bewerbermanagement oder Urlaubsmanagement führten zur Neuaufstellung der klassischen Payroll-Company VRG HR.

Im Zuge dieser Entwicklung veränderten sich parallel die potenziellen Kunden. Viele Unternehmen befinden sich derzeit in einer grundlegenden Neuorientierung in Folge einer wachsenden HR-Themenvielfalt und IT-Komplexität sowie einem damit einhergehenden Outsourcing von Geschäftsprozessen. Die Folge aus vertrieblicher Sicht: Die Gesprächsbereitschaft nimmt ab und es gibt weniger schnelle Entscheidungen. Dies führt unter Umständen zu Akquisephasen, die mehrere Jahre dauern. Die VRG HR GmbH reagiert darauf mit einem ausgefeilten Pipeline-Management unter Einbindung des Telefon-Vermarkters espado, um das Vertriebsteam mit persönlichen Gesprächsterminen (Neukontakte) optimal auszulasten. Diese Auslastung darf allerdings nicht zu Lasten einer seriösen Vertriebskultur gehen. Gerade die Kaltakquise darf nicht als aufdringlich empfunden werden. Potenzielle Kunden, die sich in einer Orientierungsphase befinden, reagieren hier sensibel.

Aufgabenstellung – Hohe Effizienz, auch bei veränderten strategischen Prioritäten

Im Rahmen der inzwischen achtjährigen Zusammenarbeit hat sich die Aufgabenstellung für espado grundlegend gewandelt. Anfangs ging es darum, VRG HR bekannter zu machen. Heute liegt der Fokus auf der Generierung von Gesprächsterminen für das Vertriebsteam als zentrale Maßnahme der Vertriebsunterstützung. Dies ist eine wichtige Säule des ausgefeilten Pipeline-Managements und damit der erfolgreichen Vertriebsstrategie des Unternehmens.

Das Ziel sind heute 20 Terminvereinbarungen pro Monat unter Berücksichtigung regionaler Schwerpunkte. Diese Menge ist notwendig, damit die Vertriebsmitarbeiter in Kombination mit Folge- und Projektterminen effizient arbeiten. Diese – im Vergleich zu anderen Vertriebskonzepten – kostenintensivere Vertriebsstruktur rechnet sich über die Formel „Know-how + Effizienz + Professionalität“. Eine zentrale Anforderung ist dabei die seriöse Terminvereinbarung. Ziel ist es, Neugier für die Produkte und Dienstleistungen von VRG HR zu wecken und den potenziellen Kunden positiv auf das Erstgespräch einzustimmen.

Umsetzung – Der erfolgreiche Ersttermin beruht auf vielen Faktoren

Das Aufgabenspektrum von espado ist groß. Es reicht von der Identifikation der Interessenten auf Basis gelieferter und akquirierter Adressen über das Wecken des Unternehmensinteresses an Veränderungen bis hin zur Terminierung des ersten Gesprächs mit einem Vertriebler. Die Begleitung dieses Entscheidungsprozesses zu einem ersten persönlichen Gespräch dauert unter Umständen bis zu vier Jahre und hängt stark von den individuellen Rahmenbedingungen des potenziellen Kunden ab. Während dieses Prozesses ermittelt espado alle relevanten Informationen, beantwortet Rückfragen der Ansprechpartner und stellt notwendige Kundeninformationen zur Verfügung. Zum Schluss werden die Gesprächstermine routenoptimiert an den Vertrieb übergeben. Diese Routenoptimierung berücksichtigt verschiedene zuvor definierte Rahmenparameter wie Ereignisse (Messen, geblockte Termine), Urlaubszeiten, optimale Reisetage (Dienstag bis Donnerstag) etc.



„Pipeline-Management und die damit verbundene Terminvereinbarung sind unverzichtbare Bausteine unserer Strategie zur intensiven und regelmäßigen Vertriebsunterstützung.“ –

für Thomas Triebisch (Dipl.-Kfm.), Leiter Vertrieb der VRG HR GmbH, hat sich die Zusammenarbeit über die Jahre bewährt

„Eine stabile und kontinuierliche Terminquote ist natürlich das Ziel – aufgrund der saisonalen Marktschwankungen aber nicht immer zu erreichen. Abgerechnet wird am Ende des Jahres – und da hat die Quote immer gestimmt.“ –

für Marcus Bellmann, Geschäftsführer der espado GmbH, ist Kontinuität der Schlüssel zum Erfolg



Entscheidend für die Erfüllung der Zielvorgabe „20 Termine pro Monat“ sind mehrere Faktoren. Dazu zählen eine breite und permanent aktualisierte Adressbasis und die kontinuierliche Bearbeitung der potenziellen Kunden. Ebenso wichtig sind eine effiziente Workflow-Abstimmung, kurze Reaktionszeiten und die kontinuierliche Schulung der espado-Mitarbeiter. Zu oft unterschätzt wird die notwendige Marktkompetenz des Dienstleisters. In einem dynamischen Markt ist das Wissen über den Wettbewerb (Besitzverhältnisse, Produktangebot, Leistungsänderungen etc.) mindestens so wichtig wie die Beherrschung des Kerngeschäftes. Oft genug liefern Marktveränderungen, wie z.B. die Änderung von Wartungsverträgen bei einem Wettbewerber, gute Anknüpfungspunkte für ein Erstgespräch des Vertriebs. Diese zu erkennen und schnell zu reagieren, wird – beispielweise bei einer derzeit zu beobachtenden zurückhaltenden Gesprächsbereitschaft der Unternehmen – immer wichtiger.

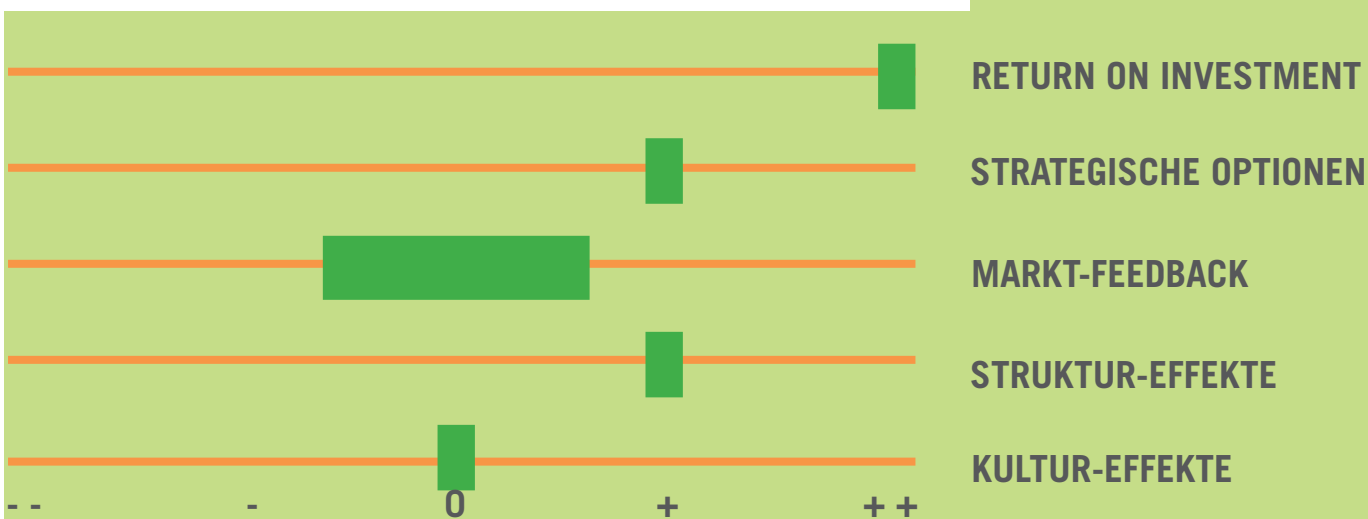
Ergebnis – Der Wert einer Zusammenarbeit zeigt sich erst bei veränderten Märkten

Analog zur veränderten Aufgabenstellung ist auch das Ergebnis der Zusammenarbeit zweigeteilt zu betrachten. Die Steigerung des Bekanntheitsgrades der VRG HR GmbH vor mehreren Jahren war angesichts anderer Marktbedingungen die vergleichsweise einfachere Aufgabenstellung – und sehr erfolgreich.

Auch das seit Jahren im Fokus stehende Generieren von Gesprächsterminen läuft aufgrund der bewährten Zusammenarbeit und optimierten Prozesse gut, ist aber immer wieder Schwankungen unterworfen. Dabei wurde eines deutlich: Erfolgreiche Zusammenarbeit ist nie statisch. Ein Beispiel ist die professionelle Schulung der espado-Mitarbeiter nicht nur auf neue Produkte, sondern auch auf Marktveränderungen. So wird das sensible Thema „Seriosität vs. Aufdringlichkeit“ auf der Basis von Markt-Feedback zeitnah reflektiert und die Kundenansprache angepasst.

Ausblick – Die Zusammenarbeit marktnah weiter optimieren

Während der langjährigen Zusammenarbeit hat sich eine belastbare Basis entwickelt, um gemeinsam auf sich ändernde Märkte zu reagieren. Die hohe Vermarktungskompetenz und die tiefen Marktkenntnisse von espado spielen auch in Zukunft eine zentrale Rolle im Vertriebskonzept der VRG HR. In einem kontinuierlichen Optimierungsprozess und in enger Abstimmung arbeitet man derzeit an der verbesserten Bearbeitung des Marktes. Vertrauen, Kompetenz, Flexibilität und Professionalität waren und sind dabei die zentralen Erfolgsfaktoren.



**Noch Fragen zu diesem und
anderen Projekten...**

**... wir freuen uns auf ein
Gespräch mit Ihnen**

Marcella Bellmann

Tel.: 030 6165194-180

Mail: marcella.bellmann@espado.de



Marcus Bellmann

Tel.: 030 6165194-11

Mail: marcus.bellmann@espado.de



**Weitere Projekt-Berichte unter
www.espado.de**