VERKÄUFERAUSBILDUNG BEI DAIMLER

»Zusätzlich spezielle Verkäufertrainings«

Frank Kemmerer und Stephan Schultze erläutern im Interview die Vorgehensweise bei der Qualifizierung von Großkundenverkäufern für das MBVD-Netz.

Das Geschäft mit gewerblichen Kunden wird derzeit bei vielen Marken und in vielen Autohäusern professionalisiert. Dem qualifizierten Großkundenverkäufer kommt dabei eine Schlüsselrolle zu. Wie diese Qualifizierung bei Daimler organisiert ist, verraten zwei Experten im Interview: Frank Kemmerer, Leiter Flottenmanagement Mercedes-Benz Pkw und Smart, und Stephan Schultze, Senior Manager Global Training Deutschland bei der MBVD.

AH: *Herr Kemmerer, wie viele Großkundenstandorte umfasst das MBVD-Netz? Und wie viele Großkundenverkäufer sind dort derzeit aktiv?*
Frank Kemmerer: Grundsätzlich ist jeder Mercedes-Benz- und Smart-Vertragspartner in der Lage, Großkunden zu betreuen. Wir haben über 3.000 Verkäufer im Einsatz, die Privat- und Flottenkunden mit bis zu 100 Fahrzeugen im Fuhrpark betreuen. Darüber hinaus gibt es noch einmal etwa 200 Spezialisten, die explizit als Pkw-Verkäufer für Großkunden mit mehr als 100 Fahrzeugen im Fuhrpark unterwegs sind. Unsere Transporter- und Lkw-Verkäufer sind im Großkundengeschäft noch einmal anders aufgestellt.

AH: *Arbeiten die 200 Großkundenspezialisten auch im Außendienst?*
Stephan Schultze: Ja, natürlich. Im Großkundenverkauf spielt sich die Betreuung ja oft beim Kunden vor Ort ab und im Autohaus nur dann, wenn es Sinn macht.

AH: *Welche Qualifizierungen durchlaufen diese Vertriebsmitarbeiter?*
S. Schultze: Schon immer sind flottenrelevante Trainingsinhalte fester Bestandteil unserer Verkäuferausbildung. Diese ist als solche schon sehr komplex, aber wir gehen mit unseren Inhalten und Anforderungen weit über die Standards der „Gütegemeinschaft Geprüfter Automobilverkäufer“ hinaus.

AH: *Wie viele Tage schulen Sie denn explizit zu Großkundenthemen?*
S. Schultze: Das beschränken wir nicht auf bestimmte Tage. Das Thema spielt immer wieder eine Rolle während der Ausbildung.

AH: *Welche großkundenrelevanten Inhalte vermitteln Sie im Rahmen Ihrer Standardqualifikation?*
S. Schultze: Grundsätzlich müssen alle unsere Verkäufer unsere Flottenprogramme kennen. Also die Flottensterne 1+, Flottensterne 5+ und Flottensterne 100+. Die Gebietsverkäufer fokussieren sich dabei in erster Linie auf die Flottensterne 1+ und 5+, die Großkundenverkäufer auf die Flottensterne 100+. Grundsätzlich muss aber jeder Verkäufer alle Programme kennen.
F. Kemmerer: Neben der Kenntnis der Programme ist es uns natürlich wichtig, unseren Verkäufern das entsprechende Handwerkszeug zu vermitteln. Das heißt, dass sie bei der Marktbearbeitung auch flottenrelevante Themen berücksichtigen.

» Wir gehen weit über die Standards der Gütegemeinschaft Geprüfter Automobilverkäufer hinaus. «

Stephan Schultze

AH: *Wo unterscheidet sich die Qualifikation der Großkundenverkäufer von der der Gebietsverkäufer?*
S. Schultze: Die Qualifizierung der Großkundenverkäufer beschäftigt sich verstärkt mit der Fuhrparkanalyse. Um in der Betreuung von Großkunden mit mehr als 100 Fahrzeugen als Partner auf Augenhöhe agieren zu können, ist es aus unserer Sicht essenziell, die Abläufe im Fuhrparkmanagement zu kennen. Nur dann können wir dem Kunden gemeinsam mit der Bank oder Daimler Fleet Management die für ihn richtige Lösung anbieten. Darüber hinaus haben Großkundenverkäufer ganz andere Ansprechpartner, in der Regel die Einkäufer oder Inhaber von Unternehmen. Darauf bereiten wir unser Großkundenverkaufsteam vor.

Fotos: Daimler, Mediaphotos iStock

AH: *Wie wählen Sie Kandidaten für den Großkundenverkauf aus? Was müssen die Kandidaten mitbringen?*
S. Schultze: Die Auswahl der Kandidaten liegt in der Verantwortung der Führungskräfte des jeweiligen Mercedes-Benz-Partners. Es gibt kein Assessment Center, um Gebietsverkäufer zu Großkundenverkäufern zu machen. Grundlage ist die Menschenkenntnis der jeweiligen Führungskraft und natürlich die Erfahrung mit dem Mitarbeiter und seiner Leistung. Eines ist mir in diesem Zusammenhang und auch im Zusammenhang mit all unseren Trainings wichtig: Wir trainieren uns nicht den Flottenverkäufer heran, sondern unterstützen jeden Einzelnen in seiner Individualität. Wenn die Stärken des Einzelnen mit unseren Anforderungen zusammenpassen – perfekt.

AH: *Welche speziellen weiterführenden Trainings haben Sie für Ihre Großkundenexperten im Programm?*
S. Schultze: Natürlich durchlaufen die Großkundenverkäufer zusätzlich zur Verkäuferausbildung spezielle Aufbautrainings. Da geht es vor allem um die Flottensterne 100+ oder Leasingthemen, ganz wichtig ist aber auch die Professionalisierung des Flottenverkaufs. Wir zeigen unseren Verkäufern in diesen Trainings, wie sie den Markt und die Kundenbedarfe korrekt analysieren, wie sie eine professionelle Akquisition durchführen oder welche Kennzahlen sie für ihre Arbeit nutzen können. Außerdem spielen auch Themen wie Argumentation oder Pflege der Kundenbeziehung eine Rolle. In der Regel machen wir rund zehn Veranstaltungen pro Jahr an unterschiedlichen Orten in Deutschland. Ergänzend veranstalten wir einmal im Jahr die Training Experience Flottensterne, eine Großveranstaltung für alle Verkäufer, und natürlich gibt es auch die obligatorischen Produkttrainings bei Neueinführungen.

Stephan Schultze, Senior Manager Global Training Deutschland bei der MBVD: „Unsere Großkundenverkäufer durchlaufen zusätzlich zur Verkäuferausbildung spezielle Aufbautrainings."

» Unser Verkaufserfolg spricht auch für den Erfolg unserer Verkäuferqualifizierung. «

Frank Kemmerer

AH: *Wie schulen Sie die Verkäufer zwischen diesen Aufbautrainings?*
S. Schultze: Dazu haben wir E-Trainings mit flottenrelevanten Inhalten entwickelt. So halten wir unsere Großkundenverkäufer permanent auf dem Laufenden. Und damit wir wissen, ob die Inhalte auch wirklich angekommen sind, gibt es bei jedem Training einen Abschlusstest. Das gilt in ähnlicher Form natürlich auch für die Präsenztrainings.
F. Kemmerer: Als Vorbereitung auf die E-Trainings lassen wir den Verkäufer online immer eine Selbsteinschätzung abgeben. So kann er seinen Stand mit Blick auf die relevanten Themen selbst bewerten. Auf dieser Grundlage empfehlen wir dann das passende Trainings-Level. Auf diesem Wege stellen wir sicher, dass wir die richtigen Inhalte der richtigen Zielgruppe vermitteln.

AH: *Wie viele E-Trainings bieten Sie Ihren Verkäufern pro Jahr an?*
S. Schultze: Die E-Trainings sind permanent im Angebot. Die können Sie nach Belieben buchen und absolvieren – übrigens auch über Tablets.

AH: *Besteht bei der Entwicklung der Schulungsinhalte für Großkundenverkäufer eine interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Großkundenverkauf und Global Training?*
S. Schultze: Die methodisch-didaktische Kompetenz liegt im Bereich Global Training. Aber natürlich sind wir immer in Kontakt mit dem jeweiligen Fachbereich. So stehen wir auch mit Frank Kemmerer und seinem Team in engem Austausch. Wir sprechen regelmäßig darüber, welche Fachthemen sich aktuell für die Einbindung in unsere Qualifizierungsmaßnahmen eignen. Damit wir da immer nah an der Praxis arbeiten, kümmert sich in meinem Team außerdem ein ehemaliger Großkundenverkäufer um das Flottentraining.
F. Kemmerer: Wie Herr Schultze bereits sagt, wir stehen in engem Austausch. Unser Vorteil ist deshalb, dass wir unsere strategischen und für das Training relevanten Schwerpunkte so direkt an die Kollegen kommunizieren können. Diese Schwerpunkte fließen dann in die Entwicklung der Trainings mit ein.

Frank Kemmerer, Leiter Flottenmanagement Mercedes-Benz Pkw und Smart: „Auf Basis einer Selbsteinschätzung empfehlen wir das passende Trainings-Level."

AH: *Können Sie den Trainingserfolg im Großkundenbereich messen?*
F. Kemmerer: Natürlich spricht unser Verkaufserfolg auch für den Erfolg unserer Verkäuferqualifizierung. Außerdem bekommen wir auch immer wieder Feedback von unseren Kunden. Die Betreuungsqualität unserer Großkundenverkäufer, ihr persönliches Engagement, einfach ihre Motivation sind auf absolut höchstem Niveau.

AH: *Herr Kemmerer, Herr Schultze, herzlichen Dank für das Gespräch.*

Interview: Christian Frederik Merten ■