

Referenz für Sabine Nimo und Thomas Witt

Seit 22 Monaten nimmt unser Unternehmen am Durchsetzungsprogramm (DSP) von Sabine Nimo und Thomas Witt teil. Wir arbeiten seit dem intensiv an der Verbesserung der Abschöpfung, d. h. daran einen höheren Prozentsatz der Besucher zu einem Kauf zu bewegen.

Seit dem Programm sind besonders die Verbesserungen im Bereich Kontakt, Gesprächsaufnahme über den Eisbrecher und Abschluss mit dem Zweiten Gesicht hervorzuheben. Die Abschöpfung hat sich dadurch um ca. 120 Euro pro Besucherpartie erhöht!

Besonders freuen wir uns über die Einführung der Kontaktskizzen, die die Beratungsqualität und die Kontaktquote und damit den Umsatz verbessern. Dadurch hat das Programm nicht nur der Firma, sondern auch den Kunden Vorteile gebracht. Mehr als 100 Kunden haben uns schon persönlich zur Qualität und Freundlichkeit unserer Verkaufsmannschaft beglückwünscht. Sie äußerten sich besonders lobend über die Beratungsqualität und den Service.

Als Unternehmen haben wir durch die konsequente Messung und Einführung von Prozessen die Kontrolle über die Verarbeitung der Kundenfrequenz, die Kontaktquote und die Abschöpfung gewonnen.

„Das Führungstraining im Rahmen der Kaminabende führte unter anderen dazu, dass ich meine eigene Organisation und die Aufgabenverteilung im Unternehmen so verändert habe, dass ich pro Woche 3 Stunden Zeit gewonnen habe. Diese habe ich für die aktive Verkaufsteuerung auf der Fläche und für interne Schulungsmaßnahmen, z. B. Azubis, genutzt. Generell haben wir durch Impulse aus dem Durchsetzungsprogramm unsere Abläufe verbessert.“
(Herr Horn, Prokurist und Geschäftsleiter).

Weitere konkrete Veränderungen die wir während des Programms eingeführt haben sind:

- Einsatz des Eisbrechers im Kontakt
- Einsatz des „Zweiten Gesichtes“ und damit Erhöhung der Abschlussquote
- Täglich, motivierende und lehrreiche Morgenbesprechung. Damit gehen die Verkäufer motiviert und mit neuen Impulsen auf die Verkaufsfläche.
- Tägliche Kontrolle und Auswertung der Tagesberichte (damit auch Kontrolle des Verkaufsprozesses)
- Kojen-Checklisten werden täglich abgegeben.
- Wachstumsgespräche (Personalgespräche, die auf Entwicklung des Mitarbeiters und auf Umsatzwachstum ausgerichtet sind) werden geführt.
- Die Verkäufer melden sich vor dem Nach-Hause-Gehen kurz zum „Aus-Checken“ bei mir. Das sorgt dafür, dass ich über alle Ereignisse informiert bin, dem Verkäufer sofort Anerkennung für seine Leistung geben kann und der Verkäufer seine eventuellen Probleme nicht mit nach Hause nehmen muss.“ (Herr Horn, Prokurist und Geschäftsleiter)

Nachdem das DSP, welches überwiegend auf die Verkaufssteuerung abzielte, gut funktioniert hat, haben wir uns entschieden, auch am Platin-Club teilzunehmen.

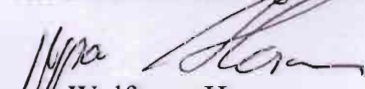
Hierbei handelt es sich um ein „Train-the-trainer“- Programm bei dem der Hauptfokus auf der Weiterbildung der Führungsmannschaft liegt. Bereits jetzt, nach einigen Wochen Platin-Club, stellen wir fest, dass sich die Kommunikation in der Führungsmannschaft deutlich verbessert hat.

Besonders die wöchentlichen Telefonkonferenzen geben immer wieder gute Impulse und tragen dazu bei, dass wir unsere Anstrengungen nicht aufgeben.

Die Investition in das (die) Programm(e) ist vor allem auch unter dem Gesichtspunkt sinnvoll und ihr Geld wert, da messbare Erfolge zu verzeichnen sind. An dieser Stelle geben wir auch zu bedenken, wie viel Geld häufig in Werbung investiert wird, welche in kürzester Zeit verpufft. Mit dem DSP und dem Platin-Club hingegen schaffen wir nachhaltig Werte.

Wir werden deshalb sehr gerne weiterhin mit Sabine Nimo und Thomas Witt zusammenarbeiten.

Tirschenreuth im August 2010


ppa. Wolfgang Horn
Geschäftsleiter