

# Zusammenspiel als zentrales Element

Wie Sie von Vertriebstrainings richtig profitieren können / Oliver Schumacher erläutert Erfolgsfaktoren



Der Lingener Verkaufstrainer Oliver Schumacher ist Experte für erfolgreiche Schulungen im Vertrieb. Auch in seiner wissenschaftlichen Ausbildung spielte dieses Thema eine wichtige Rolle. Im

Rahmen seines berufsbegleitenden und soeben abgeschlossenen Fernstudiums zum Diplom-Betriebswirt (FH) hat sich Schumacher damit befasst, welche „Einflussfaktoren auf den Erfolg von Vertriebstrainings“ wirken. Es galt unter anderem herauszufinden, was getan werden kann, damit sowohl der Auftraggeber als auch die Teilnehmer noch mehr von Vertriebstrainings profitieren. Der 37-jährige Verkaufstrainer und Autor des Buches „Was viele Verkäufer nicht zu fragen wagen“ kam zu dem Ergebnis, dass weder der Trainer, noch der Teilnehmer oder die Führungskraft allein für den Erfolg verantwortlich sind. Das richtige Zusammenspiel aller drei Parteien ist wichtig.

## Individuelles Können entscheidet über Transfererfolg

Der Transfererfolg ist beispielsweise abhängig vom individuellen Können des Teilnehmers. Ebenso spielt die jeweilige Persön-

lichkeitsausprägung, z.B. Gewissenhaftigkeit und Offenheit für Neues, eine wesentliche Rolle. Die Identifikation mit der eigenen Arbeit und das Vertrauen in den eigenen Erfolg schlagen sich schnell auf den Transfererfolg durch. Sollte der Teilnehmer das Gefühl haben, dass der Wissenstransfer nicht von ihm erwartet wird oder Angst haben, sich vor anwesenden Kollegen und/oder Vorgesetzten zu blamieren, sinkt die Transferwahrscheinlichkeit erheblich. Der Trainer hat unter anderem dafür zu sorgen, dass die Inhalte praxisnah vermittelt werden und die Teilnehmer das Wissen mit ihrem bisherigen Kenntnisstand optimal verknüpfen können. Ebenfalls ist darauf zu achten, dass die Teilnehmer beispielsweise Formulierungen nicht 1:1 übernehmen, sondern so abwandeln, dass es zur individuellen Persönlichkeit des Teilnehmers passt und sie somit im Alltag weiterhin authentisch sind. Dies erfordert Zeit zur Reflektion – sowohl während des Seminars als auch danach.

## Bedarf der Teilnehmer ermitteln

Auftraggeber und Führungskräfte können mit Hilfe von Analysen vor dem Training erkennen, wo der Bedarf und somit die Interesse der Teilnehmer am stärksten ist. Mit Hilfe von individuellen Zielvereinbarungen mit jedem einzelnen Teilnehmer kann sichergestellt werden, dass die Inhalte vom Seminar in die Praxis transferiert werden. Dazu ist eine positive Lernkultur im Unternehmen nützlich.

Fehlende Unterstützung vor und nach der Maßnahme sowie eindeutiges Feedback erschweren den Lerntransfer.

Nach Meinung Schumachers sind viele Menschen Wissensriesen, aber Umsetzungszwerg: „Leider geht es nicht von heute auf morgen, sein Verhalten komplett zu verändern, denn der einzelne Mensch hat Jahre gebraucht, so zu werden, wie er jetzt ist“, sagt der 37-Jährige. Aus diesem Grund empfiehlt er, zur Steigerung des Transfers ein großes Ziel in viele kleine Mini-Aufgaben zu zerlegen. Jeden Monat nimmt man sich dann eine Mini-Aufgabe vor, beispielsweise eine spezielle Frage in jedem Kundengespräch zu stellen. Diese Frage wird dann nicht nur einfach gesagt, sondern man macht sich im Nachhinein über ihre Wirkung Gedanken und entwickelt sie gegebenenfalls weiter. Nach gut einem Monat wird das Verhalten dann automatisiert sein – man macht es, ohne daran denken zu müssen. Daraufhin beschäftigt man sich mit der nächsten Mini-Aufgabe. ■

### Kontakt



**VERKAUFSRESULTATE.de**

Katharinenstraße 3 · 49809 Lingen/Ems

Telefon: 0591-6104416 · Mobil: 0151-26705555

schumacher@verkaufsresultate.de

www.verkaufsresultate.de