



# BÜROEINRICHTUNG

## ▶ 1. Allgemeines zum Kunden

|                    |   |
|--------------------|---|
| Art der Beratung:  | Optimierung der Zusammenarbeit im Innendienst |
| Branche:           | Büroeinrichtung                               |
| Unternehmensgröße: | 60 Mitarbeiter / 6 Mio. Euro                  |
| Zeitraum/Dauer:    | 08/2010 – 10/2010                             |
| Projektaufwand:    | 6 Manntage                                    |
| Honorar-Volumen:   | 9.000 Euro                                    |

## ▶ 2. Projektteam/Rolle

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Projektteam Berater:  | 1 Seniorberater                                    |
| Projektteam Kunde:    | Geschäftsführender Gesellschafter + Verkaufsleiter |
| Weitere Spezialisten: | keine  |
| Rolle der Berater:    | Organisationsentwickler, Trainer, Coach            |

## ▶ 3. Aufgabenstellung

Der deutsche Büromöbelmarkt ist durch einen harten Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet. Möbel sind austauschbar. Service und Dienstleistung entscheiden über den Erfolg. Die entsprechenden Prozesse müssen daher kundengerecht optimiert werden. Dies beginnt mit der Kundenansprache, setzt sich über die Koordination aller Maßnahmen fort und endet mit der Abnahme der erfolgten Leistungen. Nach einer strategischen Neuausrichtung des Unternehmens kam es darauf an, das traditionelle Denken und Verhalten der Mitarbeiter im Verkauf gemeinsam zu hinterfragen, die Abläufe neu zu gestalten, die Arbeitsinhalte zu definieren, die Schnittstellen zu bestimmen und die Zusammenarbeit mit Kunden und Kollegen zu trainieren.

## ▶ 4. Ziel der Beratung

Das Projektziel war, die Leistungsprozesse im Verkaufsinendienst zu analysieren sowie Verbesserungspotenziale aufzuzeigen und in einem Maßnahmenplan zu verdichten. Die mitarbeiterindividuelle Performance sollte zur Beseitigung identifizierter Schwachpunkte in den Unternehmensabläufen genutzt werden.

## ▶ 5. Vorgehensweise

Damit der Innendienst mit seinen Kunden aktiver und sensibler kommuniziert, wurden strategische Kunden ausgewählt und für deren Betreuung konkrete Ziele benannt. Für diese Ziele wurden konkrete Maßnahmen fixiert. Eine Wochen- und Monatsvorausplanung hat die neuen

Arbeitsmethoden organisatorisch verankert. Um die am Kaufprozess beteiligten unterschiedlichen Persönlichkeiten individuell zu betreuen, lernten die Innendienstmitarbeiter, ihre eigenen Verhaltensstile wahrzunehmen und die Erfahrungen auf die Zusammenarbeit mit Kunden anzuwenden.

## ▶ 6. Herausforderungen

Die eigentliche Schwierigkeit bestand darin, langjährig im Haus tätige und durch eine industrielle Arbeitswelt geprägte Mitarbeiter für die Wahrnehmung individueller Bedürfnisse und Wünsche zu sensibilisieren. Um die eher passiven Verkaufsmitarbeiter zu aktiven Kundenbetreuern zu entwickeln, musste ein intensiver Veränderungsprozess initiiert werden. Positive Impulse entstanden, weil der Nutzen der neuen Kundenorientierung nicht nur für das Unternehmen, sondern für jeden Mitarbeiter individuell erarbeitet wurde,

## ▶ 7. Ergebnisse

Ein individuelles „Training on the job“ zeigte jedem Mitarbeiter seine persönliche Performance. Erforderliche Maßnahmen zur Verbesserung des persönlichen Verhaltens im Kundenkontakt wurden individuell fixiert. Im Unternehmen werden künftig Mitarbeitergespräche eingeführt, um Ziele und Veränderungen im Verhalten zu dokumentieren. Eine Bottom-up-Zielgestaltung hat eine verstärkte Identifikation und Leistungsbereitschaft bewirkt und eine menschenorientierte Arbeitswelt im eigenen Umfeld Wirklichkeit werden lassen.

## ▶ 8. Kundennutzen

Für eine aktive Verkaufsmannschaft, die den Kunden in seiner individuellen Komplexität wahrnimmt und dessen wirtschaftliche Situation in den Verkaufsprozess strategisch integriert, finden sich permanent Ansätze einer interesselockenden Ansprache. In Zusammenarbeit mit dem Innendienst entsteht eine kooperierende Kommunikation. So wächst das Vertrauen. Entscheidungen werden im Team der Außen- und Innendienstverkäufer getroffen. Dies steigert die Identifikation. Kundenorientierte Entscheidungen und Lösungen können schneller und fundierter angeboten werden.





## REFORMIEREN UND RESTRUKTURIEREN

**SYMBIO CONSULT GmbH** | Hohe Roth 18 | 97246 Eibelstadt | Fon +49 (0)9303 /99 00 98 | Fax +49 (0)9303 /99 00 99  
Mail: [office@symbio-consult.de](mailto:office@symbio-consult.de) | Geschäftsführender Gesellschafter Dipl.-Kfm. Bernhard Maatz | [www.symbio-consult.de](http://www.symbio-consult.de)