

Richtig Coachen, aber wie? - Ausbildung zum Zertifizierten Vertriebscoach an der Sparkassenakademie Bayern

Ein Erfahrungsbericht der Teilnehmer des Studienganges 2010/ 2011

Vertriebscoaching als Allheilmittel?

Die Verwendung des Begriffs Coaching im Sparkassenalltag hat inflationär zugenommen. Häufig werden unterschiedliche Personalentwicklungsmaßnahmen und – Instrumente per Se unter dem Begriff Vertriebscoaching zusammengefasst. Dabei bekommt der Bedeutung eines zielgerichteten und hilfreichen Vertriebscoachings in der Tat eine hohe Bedeutung zu, da die Ansprüche der Kunden, die gesetzlichen Anforderungen und die Leistungsanforderungen des Arbeitgebers stetig zunehmen.

Um diese besondere Form der Begleitung auch fachlich und methodisch zu erlernen, bietet die Sparkassenakademie Bayern bereits im 2. Jahr die Ausbildungsreihe "Zertifizierter Vertriebscoach" an. Die für die Ausbildungsreihe zuständige Referentin, Carmen Vilsmeier, unterstreicht die Notwendigkeit dieser Qualifizierung: „Ganz egal ob als zentraler Vertriebscoach oder als Coaching im Rahmen der Führungsaufgabe, es ist wichtig, den Mitarbeitern eine praxisnahe Ausbildung und Unterstützung im Tun zu geben“

Die Qualifizierungsreihe "Zertifizierter Vertriebscoach" erstreckt sich über einen Zeitraum von 12 Monaten. Der Gesamtumfang umfasst 16 Präsenztage mit 7 Bausteinen. In dieser Ausbildung werden Kompetenzen in der systematischen, zielgerichteten und nachhaltigen Begleitung von Mitarbeitern im Vertrieb vermittelt. Die wesentlichen Inhalte dieser Ausbildungsreihe sind:

1. Erlernen von Fach- und Methodenkenntnissen,
2. Austausch von praktischen Erfahrungen,
3. Transfer und Umsetzen des Gelernten in der Praxis.

Markus Dierl, stellvertretender Leiter der Vertriebsdirektion Fialiakunden Sparkasse Neumarkt: „Die richtige Auswahl der Methode ist entscheidend um beim Coachee die richtigen „Motivationsknöpfe“ zu finden. Als Führungskraft ist es daher unumgänglich über eine gewisse Breite an Methoden zu verfügen um Potenziale, Entwicklungsfelder aber natürlich auch Stärken bei Mitarbeitern zu erkennen und diese dann gemeinsam mit dem Mitarbeiter als begleitender Coach in nachhaltige Erfolge im Vertrieb umzuwandeln.“

Wissensvermittlung: Erlernen von Fach- und Methodenkenntnissen?

Das Ziel einer Coachingmaßnahme ist es eine positive Verhaltensänderung herbeizuführen. Häufig werden in der Praxis jedoch verschiedene Vorgehensweisen und Methoden vermischt beziehungsweise nicht effektiv angewendet. Auch undifferenzierte Trainings am Arbeitsplatz werden zunehmend zum Problem. Häufig ist praktisch festzustellen, dass gerade bei Mitarbeitern mit latenten Leistungsdefiziten die Anzahl der Trainings am Arbeitsplatz deutlich erhöht wird. Hier stellt sich die Frage, ob diese Unterstützung bei anderen Mitarbeitern deutlich nutzbringender eingesetzt werden könnte.

Mandy Hieke, Zentraler Vertriebscoach Sparkasse Passau: „Training am Arbeitsplatz ist in unserer Sparkasse als Instrument der Personalentwicklung etabliert. Insgesamt kann man sagen, dass wir die gesamte Vertriebsleistung dadurch weiter steigern möchten. Dabei haben wir die gesamte Prozesskette im Auge und wollen frei nach Jürgen Klinsmann „jeden Berater jeden Tag ein bisschen erfolgreicher machen.“

Die Teilnehmer des Studienganges lernen wichtige Coaching-Instrumente und Techniken kennen. Auf Basis des Reifegradmodells von Hersey und Blanchard und der Persolog Verhaltensprofile (DISG) werden zielgerichtete und vor allem individuelle Entwicklungspläne für die jeweiligen Mitarbeitertypen erarbeitet und im Rollenspiel und Übungen vertieft.

Erfahrungsaustausch: der Blick über den Tellerrand

Diese Ausbildung lebt sehr stark von Ihren Teilnehmern und deren praktischen Erfahrungen. In der Gruppe der Teilnehmer sind die unterschiedlichsten Hierarchieebenen und Fachbereiche zu finden, von der Geschäftsstellenleiterin bis zur Leiterin Vermögensanlage. Ganz egal, ob als zentraler Vertriebscoach oder Coaching als Führungsaufgabe, im Lehrgang werden die Vor- und Nachteile der jeweiligen Organisationsformen beleuchtet und diskutiert.

Gleichzeitig werden viele praktische Ideen für die tägliche Arbeit erarbeitet und ausgetauscht. Abgerundet wird der Erfahrungsaustausch durch ein Treffen mit den „Ehemaligen“. So konnten die Teilnehmer des letztjährigen Studienganges über ihre umfangreichen praktischen Erfahrungen, Erfolge und Misserfolge berichten, und hilfreiche Tipps für die Zeit nach der Ausbildung weitergeben.

Anna Pfaffinger, Geschäftsstellenleiterin Sparkasse Deggendorf: „Warum einen Fehler zweimal machen? Der Erfahrungsaustausch mit den Ehemaligen hat mir sehr geholfen. Die Tipps und Tricks zu den vielfältigen Transferaufträgen waren sehr nützlich. Auch der Einblick in die Praxis, wie wird das Coaching in den einzelnen Häusern gelebt, war sehr interessant. Nicht zuletzt wird mir der Kontakt zu verschiedenen Coaches in anderen Häusern auch für meine zukünftigen Aufgaben viele Vorteile bringen.“

Praxistransfer: Transferaufträge sichern Praxistauglichkeit

Zu jedem der insgesamt 7 Bausteine ist ein Transferauftrag zu bearbeiten. Dieser ist entweder als Einzel- oder als Gruppenaufgabe einzureichen. Diese Transferaufträge unterstützen die Anwendung und Sicherung des Gelernten in der Praxis. Die Benotung der Transferaufträge nach dem europäischen Hochschulstandard European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) ist die Voraussetzung für die Zertifizierung und sichert einen hohen Qualitätsmaßstab und die Werthaltigkeit der Ausbildung.

Annette Weis, Leiterin Vermögensmanagement Sparkasse Ostunterfranken: „Die Führungskraft als Coach“ lautet heute das Anforderungsprofil in vielen Häusern. Dieser Lehrgang unterstützt mich dabei, diesen Spagat weiter zu optimieren.

Durchweg positives Fazit der Teilnehmer



Menschen brauchen ein Motiv und ein Ziel, um sich zu verändern. Die Kunst des Coachings ist es: die Motive des Mitarbeiters zu lokalisieren und ihn neue Ziele entdecken zu lassen, damit er seine Potentiale besser nutzen kann. Diese Ausbildung ist aus Sicht der Teilnehmer eine sehr gute Investition auf allen Ebenen der Personalentwicklung.

Fachliche Inhalte der Ausbildungsreihe im Überblick	
I Grundlagen des Vertriebscoachings <ul style="list-style-type: none"> ▪ Coachingportfolio als Grundlage individueller Gesprächstaktung ▪ Coachinganlässe und Coachingtechniken ▪ Ablauf des Vertriebscoachings 	V Teamcoaching im Vertrieb <ul style="list-style-type: none"> ▪ Methoden des Teamcoachings ▪ Rollentausch und Inneres Team ▪ Reflecting Team
II Effiziente Steuerung mit der VSC <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vision, Mission, Wertemuster und Unternehmensziele ▪ Entwicklung der Strategie ▪ Ursache-Wirkungszusammenhänge 	VI Selbstmanagement und Vertriebscoaching <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prioritätenmanagement und Arbeitsorganisation ▪ Work-Life-Balance – die Balance der Lebensaufgaben ▪ Selbstmanagement als Coaching-Anliegen
III Die Vertriebsstrategie im Kundengeschäft <ul style="list-style-type: none"> ▪ Quantitative und qualitative Beratungsstandards ▪ Potenzialorientierte Kundensegmentierung ▪ Vertriebscontrolling 	VII Erhöhte Verkaufskultur <ul style="list-style-type: none"> ▪ Coaching versus Controlling ▪ Sales Meeting als Methode des Gruppencoachings ▪ Der Coach als Moderator und Mediator
IV Motivation und Verkaufsorientierung mit DISG <ul style="list-style-type: none"> ▪ Emotionale Intelligenz und Ganzheitlichkeit im Coaching ▪ Analyse des eigenen Persönlichkeitsprofils ▪ Bestimmung der Mitarbeitertypologie für effektives Coaching 	Supervision/Abschluss <ul style="list-style-type: none"> ▪ Präsentation der Projektaufgaben ▪ Austausch von Erfolgsrezepten ▪ Klärung von anspruchsvollen Praxissituationen