

Entwickeln Sie Ihre Vertriebsassistenz!

Wege zur Vertriebsassistenz

Den in der Agentur tätigen Innendienst zur aktiven Vertriebsassistenz zu entwickeln, ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einer professionell geführten Agentur.

Grundsätzlich bestehen hierfür zwei Wege:

Variante 1

Sie entwickeln Ihren bestehenden, derzeit eher verwaltenden Innendienst zur aktiven Vertriebsassistenz.

Variante 2

Sie integrieren einen zusätzlichen Innendienst für ausschließlich vertriebliche Aufgaben.

Welche Variante im Einzelfall in Frage kommt, hängt von verschiedenen Faktoren, insbesondere von den handelnden Personen ab. Zudem muss die Wirtschaftlichkeit der Agentur im Auge behalten werden, die personelle Investition muss finanziert werden.

Außer Frage steht, es ist für den Gesamterfolg einer Agentur ein wichtiger Unterschied, ob nur der Außendienst vertrieblich agiert oder aber Außen- und Innendienst gemeinsam eine einheitliche, offensive Ausrichtung haben.

Aufgaben des Innendienstes analysieren

Häufig ist die Beantwortung der Frage „Unterstützt mein Innendienst eigentlich den Vertrieb?“ gar nicht so einfach. Irgendwie scheint dies der Fall zu sein, konsequent müsste man es jedoch verneinen. Hier hilft unser beispielhaftes Aufgabenprofil auf der nächsten Seite.

Kreuzen Sie einfach an, welche Aufgaben derzeit bereits realisiert werden! Wenn Sie nach der ersten Durchsicht nur wenig ankreuzen oder noch gar

keinen Innendienst haben, gehen Sie anders vor. Markieren Sie die Aufgaben, welche für Ihre Agentur in Frage kommen!

Eine wichtige Voraussetzung zielbewusster Personalentscheidungen ist es, vor Einstellung zu wissen, welche Aufgaben für die eigene Agentur tatsächlich Bedeutung haben. Mit dieser Klarheit steigt auch die Wahrscheinlichkeit, erstklassige Mitarbeiter zu finden.

Fordern und fördern Sie Ihre Mitarbeiter!

Verwaltung und Vertrieb sind scheinbar unvereinbar. Insbesondere ausschließlich verwaltende Mitarbeiterinnen im Innendienst können mit „Aktiv Vertrieb“ anfangs wenig anfangen. Schließlich sind Sie im Innendienst tätig, es ist ja genug in der Verwaltung zu tun. Im Zweifelsfall sucht sich die Mitarbeiterin auch Verwaltungsaufgaben, um die Vertriebsunterstützung „umgehen zu können“.

Häufig fehlt aber auch, dass die Agenturleitung die Bedeutung der hinzukommenden Aufgaben erläutert. So fehlt für Ungewohntes jede Motivation, warum soll ich etwas verändern, wenn ich nicht einmal weiß, warum?

Erst wenn der Agenturleiter sich hierüber klar wird und die eigene Erwartungshaltung und deren Bedeutung kommuniziert, können Änderungen erwartet werden. Aber auch die Anweisung bzw. das neue oder ergänzte Aufgabenprofil allein haben wenig Sinn, wenn der Mitarbeiterin die Befähigung fehlt. Wenn dies der Fall ist, muss hieran gearbeitet werden, muss die Agenturleitung Unterstützung geben, müssen Qualifizierungen durchdacht werden.

Aktive Vertriebsassistenz ist ein wichtiger Schlüssel vertriebs- und ertragsstarker Entwicklung. Erkennen und nutzen Sie Ihre Chancen!



Autor: Steffen Ritter
Geschäftsführer

Beispielhafte Aufgaben einer Vertriebsassistentz



Trifft zu	Aufgabe	Verantwortung	Detailziel
<input type="checkbox"/>	Terminierung bei Bestandskunden in festgelegter Kundenklasse	Komplettbelegung an den folgenden Wochentag(en):	pro freigegebenem Wochentag: Beratungstermine
<input type="checkbox"/>	Terminierung und Durchführung eigener Beratungsgespräche in der Agentur mit Bestandskunden bestimmter Kundenklassen	Eigene Komplettauslastung an folgenden Wochentag(en):	pro vereinbartem Wochentag: Beratungstermine
<input type="checkbox"/>	Ausschließliche Betreuung ausgewählter Kundenklassen	Eigenverantwortliche Betreuung dieser Kundenklasse(n) mit Bestandsausbau	Entwicklung des „eigenen“ Kundenbestandes um %
<input type="checkbox"/>	Terminierung sämtlicher Beratungsgespräche aus der stetigen Wiedervorlage der Agentur	Komplettterminierung der Wiedervorlage für gesamten Außendienst der Agentur an freigegebenen Wochentagen	Terminierung erfolgt zwei Wochen vor der Kalenderwoche bis spätestens (Wochentag)
<input type="checkbox"/>	Führung und Pflege der Terminplanung aller Verkäufer	Belegung der vereinbarten Wochentage und unmittelbare Neubelegung eventuell abgesagter Termine	Tagesaktuelle Pflege und Überarbeitung des Terminbuchs
<input type="checkbox"/>	Selektionen zur Vertriebsunterstützung nach Vereinbarung inklusive anschließender Terminierung	Zeitliche Planung und Realisierung der Selektionsprojekte	Terminanzahl pro Tag bzw. auch eigene Beratungsgespräche nach separater Vereinbarung
<input type="checkbox"/>	Vertriebliche Nutzung sämtlicher Kundenkontakte der Agentur entsprechend interner Klassifizierung	Automatische Terminierung bei ausgewählten Kundenklassen	Terminierungserfolg bei % aller eingehenden Telefonate der jeweiligen Kundenklasse
<input type="checkbox"/>	Vorbereitung standardisierter Verkaufsunterlagen im System der Agentur	Termingerechte Vorbereitung standardisierter Unterlagen	Kompletterstellung der Unterlagen jeweils Tage vor dem Beratungstermin
<input type="checkbox"/>	Ständige Ermittlung von Bedarfs-situationen im Rahmen der Kundenkontakte	Erkennen des Versicherungsbedarfs bei „eigenen“ Kunden eigene Beratungsgespräche
		Beratung und Verkauf sowie Erkennung des Versicherungsbedarfs „nicht eigener“ Kunden und unmittelbare Terminierung terminierte Beratungen pro Woche für die Agentur