

Schulungsoffensive

Mitarbeiter-Training ist nur erfolgreich, wenn es betriebswirtschaftlich rechenbare Erfolge nachweist. Weiterbildung wird nur wirksam, wenn sie aus der spezifischen Dynamik der betroffenen Teilnehmer schöpft.

Diese Formel wird immer wichtiger vor dem Hintergrund einer Wettbewerbssituation, die immer beklemmender wird. Neue Vertriebsformen wie das Internet drängen auf den Markt. Lebensmitteldiscounter erweitern ihr Nonfoodsortiment. Andere Anbieter wie Tankstellenshops handeln mit DIY-Produkten. Noch weiter verschärft wird die Lage durch die schwache Wettbewerbssituation. Ein Hauptgrund ist die Kaufzurückhaltung der Verbraucher. Sie sind einerseits durch hohe Energiepreise gebeutelt, andererseits geben sie ihr Geld lieber für Freizeit und Reisen aus. Ein wichtiges Mittel im Kampf gegen die Stagnation ist die Erhöhung der Kundenbindung durch eine kundenorientierte Ansprache.

Hier setzt das Unternehmen RITT mit seinen systematischen Trainingsmaßnahmen an. Seit April 1999 haben bisher 258 Mitarbeiter der unter Federführung der Zeus agierenden Bauklotz- und Werkmarktmärkte das dreijährige RITT-Mediatraining durchlaufen. RITT (Rückholz-Intervall-Training) arbeitet nach dem Prinzip »Train the Coach«. Dementsprechend schulen Jörg-Kristian Rückholz und sein Team in dreijährigen Kursen mit Grund-, Aufbau- und Profistufe Verkaufsausbilder, die wiederum die Mitarbeiter in ihren jeweiligen Unternehmen trainieren. Im Juni 2000 ist für den ersten Kurs die Profistufe gestartet; im Herbst wurde für den zweiten Kurs die Aufbaustufe eingeläutet. Die Führungskräfte erlernen beim RITT-Mediatraining den didaktisch richtigen Umgang mit einer Lerngruppe und die Moderation von teilweise kontroversen Diskussionen. Sie wer-



Trainer der Trainer: Jörg-K. Rückholz.

den zudem regelmäßig in Erfahrungsgruppen betreut und können sich mit Fragen jederzeit über eine Telefon-Hotline an Jörg-Kristian Rückholz wenden.

Die Verkäufer wiederum entwickeln ein stärkeres Zu-

sammengehörigkeitsgefühl, denn: Nur wenn alle am gleichen Strang ziehen und sich im Team und mit den Führungskräften wohlfühlen, können sie den Kunden als Partner akzeptieren und ihm mit einer positiven Grundhaltung entgentreten. Die meisten Schulungseinheiten werden vor Ort im Geschäft durchgeführt und dauern jeweils nur etwa anderthalb Stunden. Damit trägt gerade diese Form der Wissensvermittlung der engen Personaldecke in den meisten DIY-Handelsunternehmen Rechnung.

Vorausgegangen ist dem für die beiden Fachmarktgruppen Bauklotz und Werkmarkt maßgeschneiderten Trainingskonzept eine Feldrecherche in 15 ausgewählten Märkten. Dabei untersuchte das RITT-Team Methoden der Reklamations-

behandlung und den Umgang mit den Kunden in den sechs Phasen des Verkaufsgesprächs: Sympathie-Phase, Vertrauensphase, Überzeugungsphase, Entscheidungsphase, Entscheidungs-Bestätigungsphase und Kundenbindungsphase. Daran anschließend wurden Feedback-Gespräche mit den beteiligten Verkaufsmitarbeitern unter der Fragestellung des eigenen Verkaufsverhaltens geführt. Auf der Basis dieser Untersuchungen wurden dann in Absprache mit einigen zukünftigen Verkaufsausbildern, in der Regel Führungskräfte von ZEUS-betreuten Mitgliederfirmen, die Trainingsthemen wie Zusatzverkauf, höherwertig verkaufen, Arbeit mit schwierigen Kunden, Kundenreklamation und Beschwerdemanagement erarbeiten. ■

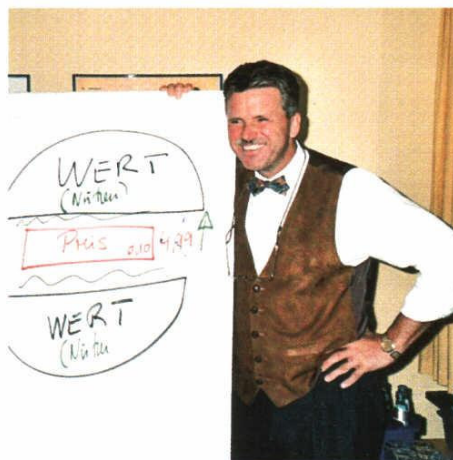
Training on the Job

Viele Baumarktbetreiber suchen nach neuen Wegen, um sich im immer härter werdenden Wettbewerb zu behaupten und zu profilieren. Viele Kunden wechseln auf der Suche nach dem günstigsten Angebot ständig den Baumarkt.

Was ist zu tun, um den Verbraucher zum treuen Stammkunden zu machen? Wie erkennen Mitarbeiter der DIY-Handelsszene die eigenen Stärken und Schwächen? Wie erhält das Personal Informationen über die konkurrierenden Bau- und Heimwerkermärkte im regionalen Umfeld? An diese Fragestellungen knüpfen Ewald W. Schneider und sein Team aus dem niedersächsischen Bad Bederkesa mit ihren umfangreichen Angeboten für

Seminare und Workshops an. Zudem engagiert sich das Unternehmen Ewald W.

Schneider jetzt auch intensiv auf dem Gebiet der Personalberatung. Durch eine intensive persönliche Beratung werden erfahrene Baumarktprofis über ein kreatives Selektierungsverfahren für Stellenausschreibungen und durch Initiativbewerbungen bei strengster Wahrung von Vertraulichkeit und Diskretion schnell und effektiv an neue Arbeitgeber vermittelt. ■



Aktiv: Ewald W. Schneider