THOMAS WITT CONSULTING

Mehr Umsatz für Ihr Möbelhaus - trotz weniger Frequenz!

Mit dem Durchsetzungsprogramm

in 12 Monaten zu 10-20% mehr Abschöpfung

Durchsetzungsprogramm - **warum**?

Verkaufstrainings bringen nichts!

Die Frequenz aber wird immer knapper. Der Kunde fährt durch immer mehr Möbelhäuser, lässt sich immer schwerer öffnen, beraten und abschließen. Der Verkaufsprozess in Möbelhäusern ist seit 30 Jahren unverändert: beobachten, „Lange Leine“ lassen, mit „Kann ich Ihnen helfen?“ ansprechen, dann jede Menge Möbel zeigen. **Verkaufstrainings haben nie geschafft, das nachhaltig zu verändern.**

Viele Inhaber und Führungskräfte im Möbelverkauf sagen und tun jeden Tag das Gleiche. Sie schicken Verkäufer zum Kunden, lösen Verkäufer-"Versammlungen" auf und ärgern sich, weil Kunden nicht angesprochen werden und das Haus ohne Kauf verlassen.

Ihr Möbelhaus hat 10-20 % Umsatzpotenzial!

Woher ich das weiß? Alle Möbelhäuser, mit denen wir jemals gearbeitet haben (und das sind weit über 200), hatten diese versteckten Schätze.

- Wenn Sie Ihr Geschäft, ohne zu stolpern, auf eine komplett neue Stufe bringen möchten ...
- Oder wenn Sie ein Inhaber oder eine Führungskraft sind und sich fühlen, als würden Sie in der Verkaufssteuerung mit dem Kopf gegen die Wand laufen ...
- Wenn Sie tausendmal versucht haben, Ihre Verkäufer dazu zu bringen, so zu verkaufen, wie Sie persönlich wissen, dass es besser funktioniert ...
- Wenn Sie sich jeden Tag im Verkauf über die selben Verhaltensweisen ärgern und sich fragen, wann es endlich mal einfacher wird ...

Dann ist es jetzt an der Zeit, endlich dafür zu sorgen, dass Ihr Geschäft von einem Verkaufsprozess angetrieben wird, anstatt nur durch Ihr permanentes Anschieben, Ermahnen und Motivieren zu funktionieren.

Und was bringt das? Rechnen Sie mal nach, was 10-20% mehr Umsatz bei gleichen Werbekosten für Ihr Unternehmen bedeuten würde. Das Spiel wird in Zukunft entweder über Flächenwachstum oder in der Steuerung und Organisation des Verkaufs entschieden.

Nur im Möbelhandel entscheidet allein der Verkäufer, ob er jemanden kontaktet, wann er kontaktet und wie er kontaktet. Das ist Führungsversagen, denn jeder Arbeitnehmer hat ein Recht auf gute Führung.

Und wenn es gar nicht Ihr eigenes Unternehmen ist, in dem Sie den Verkauf steuern? Führungskräfte, die die Gesetze der Verkaufssteuerung beherrschen, haben einen höheren Marktwert als solche, die sich einfach nur bemühen. Sie werden besser bezahlt, von ihren Inhabern und Verkäufern mit mehr Respekt behandelt, sind zufriedener bei der Arbeit und haben einfach jede Menge mehr Spaß!

Im Durchsetzungsprogramm haben wir mittlerweile mit über 50 Möbelhäusern Führungswerkzeuge und -prozesse erarbeitet, die es den Teilnehmern ermöglicht haben, ihren **Umsatz pro Besucher um 10-20% zu steigern**.

Aber das ist nicht alles! Bei den Möbelhäusern, die unsere Verkaufssteuerungs-Werkzeuge anwenden, haben nicht nur die Inhaber und Führungskräfte mehr Spaß. Auch die Verkäufer sind wesentlich zufriedener und die Kunden schrieben danach zehnmal so viele Dankesbriefe über Verkauf und Service!

Wollen auch Sie auf einem höheren Erfolgsniveau operieren, dabei weniger Stress und mehr Spaß haben?

Dann sollten Sie sich auf den folgenden Seiten über das Durchsetzungsprogramm informieren.

Was machen jetzt gerade eigentlich Ihre Verkäufer?

Ja, genau jetzt. In dem Augenblick, in dem Sie das hier lesen und nicht hinschauen. Die Qualität einer Führungskraft zeigt sich im Verhalten der Mannschaft in dem Moment, wo er/sie nicht da ist.

Die offensichtliche Antwort:

Sie machen ihren Job so gut, wie sie eben können.

Jetzt könnten Ihnen folgende Fragen durch den Kopf gehen:

- Werden alle Kunden angesprochen?
- Wenn ja, wie?
- Was passiert dann?
- Gibt es eine Bedarfsermittlung oder wird gleich Ware gezeigt?
- Wie wird beraten?
- Wird ein Abschlussversuch gemacht? Wie?

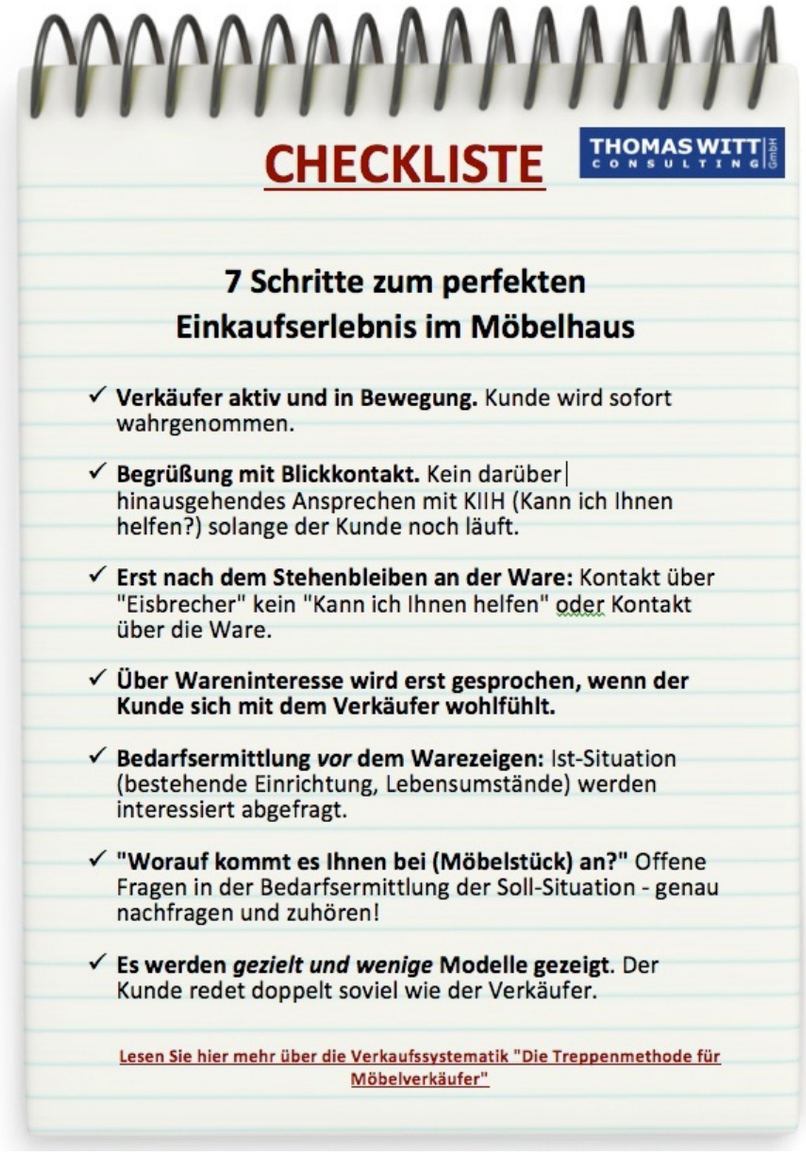
Hier liegt in allen Möbelhäusern, die ich jemals angeschaut habe (und das sind mehrere Hundert), enormes Potenzial.

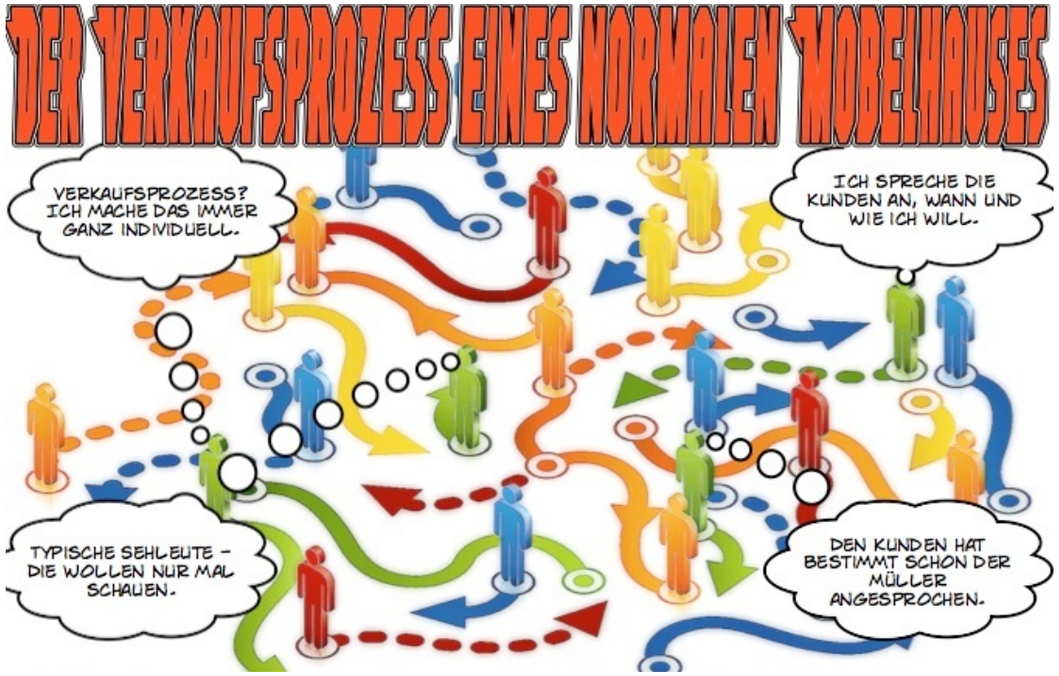
Wie die meisten Möbelhändler, die ich kenne, haben auch Sie Ihre Ausstellungen immer wieder optimiert. Ihre Einkaufspreise sind über den Verband so gut verhandelt, dass wirklich nicht mehr viel geht. Die Kosten haben Sie im Griff. Und das Schlimmste ist: Ihre Mitbewerber können das meistens alles auch ganz gut.

Weiteres Potenzial können Sie sich nicht durch Verkaufstrainings, sondern nur durch die Durchsetzung neuer Verkaufsprozesse erschließen - eben durch ein Durchsetzungsprogramm.

Unser Durchsetzungsprogramm versetzt Ihre Führungskräfte und Sie in die Lage, selbständig und langfristig dieses Potenzial besser zu nutzen.

Sie lernen, durch bessere Verkaufsprozesse mehr Umsatz aus der Besucherfrequenz zu machen. Das Ergebnis ist erhöhte Abschöpfung.





Der Verkaufsprozess eines normalen Möbelhauses ist ungesteuert, personen- und tagesformabhängig.

Der erste Schritt, um die Abschöpfung zu erhöhen ist, die **IST-Situation zu analysieren.** Stellen sie fest, wie Ihre Abschöpfung zur Zeit ist. Analysieren Sie, wo im Prozess Ihnen die meisten Besucher abhanden kommen. In der Grafik rechts finden Sie die Statistik eines typischen, mittelständischen Möbelhauses. Hier können Sie mehr dazu lesen:

"Die Abschöpfungsquote ist im Möbelverkauf oft schlechter, als vermutet."

Warum ist das so wichtig?

"*Wenn Du etwas willst, dann miss es! Wenn Du's nicht misst, vergiss es!*"

Lesen Sie mehr dazu, warum sich Zahlen, die man misst und anschaut, auch verbessern.

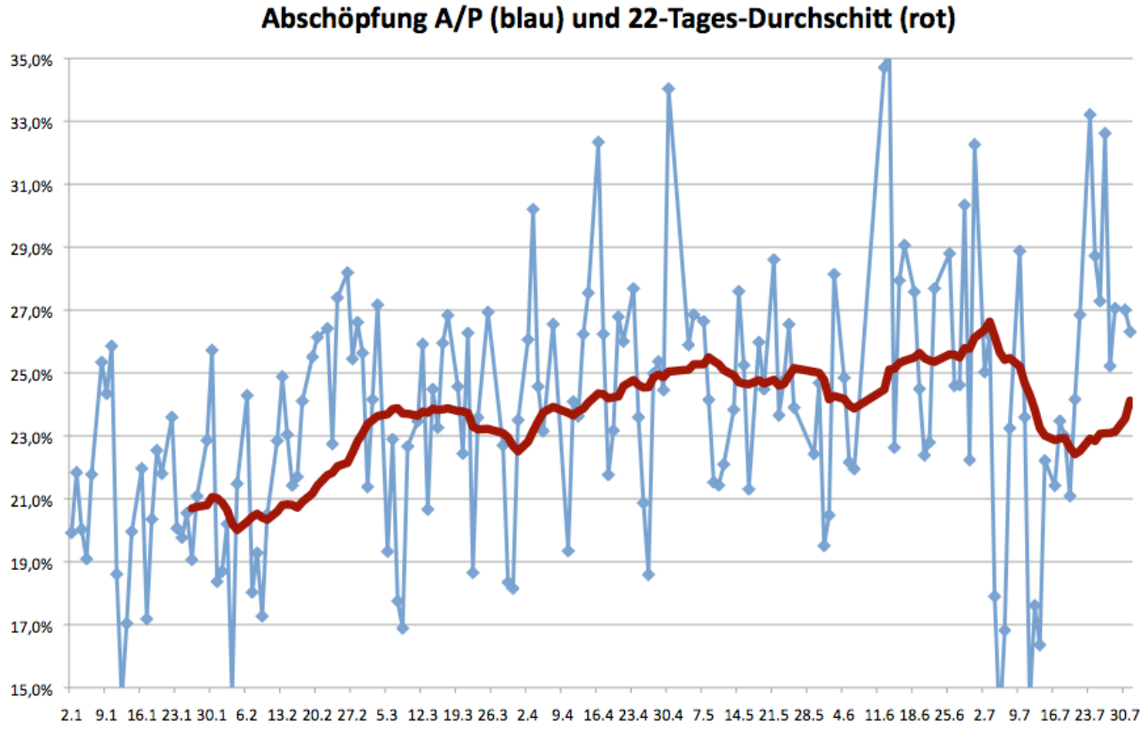
"Der Schwab-Effekt im Möbelhandel - Wie (richtiger) Wettbewerb Mitarbeiter beflügelt"

Wenn man sich die Zahlen jeden Tag vor Augen hält und sie mit den Führungskräften und Verkäufern bespricht, springt sofort das "Planungs-zentrum" im Gehirn an und Ideen sprudeln, was man tun muss, um die Abschöpfung zu erhöhen. Mehr dazu im Artikel

"Warum messen so viele Möbelhändler die Abschöpfung nicht?"

Wenn Sie nicht wissen, wie Sie die Abschöpfung messen und analysieren sollen, laden Sie sich kostenlos unsere **Excel-Vorlage für die Erfassung und Analyse von Frequenz- und Abschöpfungsdaten** herunter.

Die Abschöpfung verbessert sich nur, wenn man sie misst, auswertet und aktiv daran arbeitet.



Was ist das Durchsetzungsprogramm?

„Kein System kann sich lange die Loyalität der Menschen sichern, wenn es nicht eine gewisse Disziplin, insbesondere Selbstdisziplin, erwartet.“

Gordon B. Hinckley

Nur im Möbelhandel entscheidet allein der Verkäufer, ob er jemanden kontaktet, wann er kontaktet und wie er kontaktet. Das ist Führungsversagen, denn jeder Arbeitnehmer hat ein Recht auf gute Führung.

Was ist also das Durchsetzungsprogramm?

Hier kommt schon mal einiges, was es nicht ist: Es ist kein Verkäufertraining, kein Führungskräftetraining, keine Unternehmensberatungsleistung.

Es ist auch keine Patentlösung für den Verkauf. Wir können keine Kochrezepte für den Umsatzerfolg liefern, dazu sind die Unternehmen, die wir betreuen (Möbelhändler von 4 Millionen bis 200 Millionen Jahresumsatz), viel zu verschieden.

Besser definiert sich das Durchsetzungsprogramm durch sein Ziel.

Das Durchsetzungsprogramm versetzt die teilnehmenden Unternehmen in die Lage, die Abschöpfung, d.h. den Umsatz pro Besucherpartie, dauerhaft zu erhöhen.

Die **Möbelstadt Rück** hat im letzten Jahr im frequenzmäßig hart umkämpften Ruhrgebiet ihre Abschöpfung während des Durchsetzungsprogramms um 25% gesteigert (lesen Sie hier das **Referenzschreiben der Möbelstadt Rück**).

Die meisten Kunden steigern im Verlauf der Zusammenarbeit mit uns ihre Abschöpfung im zweistelligen Bereich. Mehr zu den Ergebnissen lesen Sie in unseren **Kundenreferenzen**.

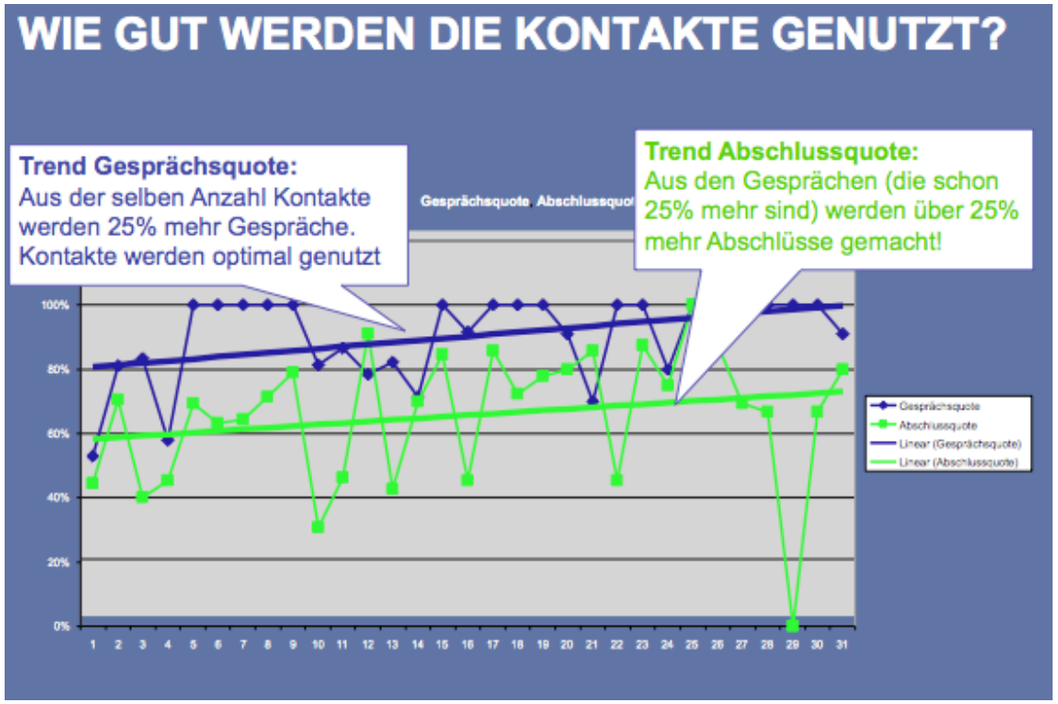
Vielleicht sind Sie noch nicht ganz sicher, warum man denn in ein solches Programm Zeit und Geld investieren sollte?

Die Antwort ist ganz einfach: Die Anzahl der Besucher sinkt überall, deshalb ist jedes Möbelhaus darauf angewiesen, möglichst viel Umsatz aus diesen immer weniger werdenden Besuchern zu schöpfen.

Mit diesem Trend im Blick bat mich vor mittlerweile 6 Jahren eine Gruppe befreundeter Möbelhändler, mit ihnen im Verlauf eines Jahres (kürzer bringt sowieso nichts) ein schlüsselfertiges, für sie maßgeschneidertes System zu erarbeiten, das sie für alle Zeit in die Lage versetzen würde, selber ihren Verkauf auf optimale Abschöpfung hinzusteuern. Ich sagte ihnen: “Dann müsst ihr aber selber mit Euren Führungskräften die Verhaltensänderungen durchsetzen, die dafür notwendig sind. Denn wenn wir es für Euch tun, lässt der Effekt nach, sobald wir wieder weg sind.”

Und so war der Name “Durchsetzungsprogramm” geboren.

Der Kollege Helmut Hager vom Möbel Frey in Cham war einer der Teilnehmer der "ersten Stunde". Lesen Sie hier was er mit dem Durchsetzungsprogramm erreicht hat, oder rufen Sie ihn einfach an**.**



Im Durchsetzungsprogramm verankern Sie einen Prozess, mit dem mehr Kontakte in ein Beratungsgespräch kommen und davon mehr abgeschlossen werden.

Das Durchsetzungsprogramm richtet sich an Unternehmen, die sich ihr eigenes System erarbeiten wollen, mit dem sie messbar, steuerbar und dauerhaft ihre Resultate selber verbessern können.

Es setzt aber voraus, dass Inhaber und Führungskräfte bereit sind, ihr eigenes Führungsverhalten zu verändern und den Verkauf auch tatsächlich aktiv zu steuern. Es ist der Inbegriff der "Hilfe zur Selbsthilfe".

"Begeistert hat uns an dem Durchsetzungsprogramm zum Einen, dass es sich nicht mit Verkaufstechniken herkömmlicher Art beschäftigt, sondern dass es die gefühlsmäßige Grundeinstellung des Verkaufspersonals verändert hat, und zum Anderen, dass die Führungsmannschaft in die Lage versetzt worden ist, die Inhalte - auch über die Phase der gemeinsamen Arbeit hinaus - weiterhin mit Leben zu erfüllen." **ppa. Werner Kämpken, Möbelstadt Rück**

Das Durchsetzungsprogramm ist aber keine Wunderpille - es erfordert harte Arbeit und zunächst unbequeme Verhaltensänderungen von allen, von den Inhabern über die Führungskräfte bis hin zu den Verkäufern.

"Dank einer um 24% gestiegenen Abschöpfung und eines leichten Auftragsdurchschnittsplus ist der Umsatz in meiner Filiale trotz dramatisch weniger Frequenz gut. Das Durchsetzungsprogramm ist manchmal sehr anstrengend und zeichnet sich durch freundliche Penetranz aus. Dafür bewegt sich dann aber auch etwas! Für die gemeinsame Arbeit möchte ich einfach mal "Danke" sagen." **Ingo Trulson, Hausleiter, Möbel Schröter, Filiale Weissenfels**

Das System hat sich bei über 50 Möbelhäusern bewährt und kann auch in Ihrem Möbelhaus zweistellig mehr Umsatz bei gleicher Frequenz bringen, wenn Sie sich wirklich dafür einsetzen!

"Unsere Abschöpfungsquote konnten wir in den zurückliegenden Monaten im Schnitt um 25% steigern ... Wir können jedem Möbelhändler, der mehr Abschöpfung seiner Frequenz gebrauchen kann, die Firma Thomas Witt Consulting sehr empfehlen." **ppa. Werner Kämpken, Möbelstadt Rück**

Weitere Ergebnisse des Durchsetzungsprogramms sind:

"... eine KAA Verbesserung um 6 Prozentpunkte und eine weitere Kostenreduktion um 3,5%." "... wacheres, positiv eingestelltes und erfolgreicheres Verkaufspersonal." **Patrick Lahmer, Geschäftsführer HEKA Möbel, Nienburg**

"Wir haben durch die konsequente Messung und Einführung von Prozessen die Kontrolle über die Bearbeitung der Kundenfrequenz, die Kontaktquote und die Abschöpfung gewonnen."

Nur wer sich von der Masse unterscheidet, bietet dem Kunden einen Mehrwert. Der Verkaufsprozess im Möbelhandel ist aber zu 99,9% überall gleich.

“Mehr als 100 Kunden haben uns schon persönlich zur Qualität und Freundlichkeit unserer Verkaufsmannschaft beglückwünscht. Sie äußerten sich besonders lobend über die Beratungsqualität und den Service.” **ppa. Wolfgang Horn, Geschäftsleiter, Gleißner Wohnschau**

"Bei Herrn Witt lernten wir ein durchdachtes Konzept kennen, das von A-Z den gesamten Verkaufsprozess abdeckt, von dem Zeitpunkt, wo die Tür aufgeht, bis zum Auftrag. Uns wurden verständlich und nachvollziehbar schon in den Vorgesprächen die Probleme aufgezeigt und auch Lösungsmöglichkeiten skizziert. Außerdem machte Herr Witt uns klar, dass es keinen Zweck hat, nur die Verkäufer zu schulen. Auch die Führungskräfte brauchen Hilfe, wenn sie die Verkäufer dazu bringen sollen, ihr Verhalten zu verändern." **Thomas Aumer, Personalleiter, Möbel Sonneborn**

(Hier können Sie die gesamte Referenz der Firma Sonneborn nachlesen)

Übrigens: Unsere Kunden sind hervorragende Unternehmen, die noch besser werden wollten. Die, die es am nötigsten hätten, haben meistens keine Aufmerksamkeit für langfristige Maßnahmen übrig und wollen “...nur schnell mal ein Abschlusstraining machen”, denn “es muss ja mal wieder was mit den Verkäufern gemacht werden.”

Erfolge müssen messbar sein. Denn nur was gemessen wird, wird gemacht!

Zielsetzung des Durchsetzungsprogramms

- Gut organisierte Verkaufssteuerung, die zu steuerbarer, stetig optimierbarer Abschöpfung führt.
- Ersetzen von alten, eingefahrenen Verkaufsprozessen bei den Mitarbeitern durch eine neue Verkaufsstrategie, die das Haus merkbar vom Wettbewerb abhebt.
- Ausbildung der Führungskräfte zur perfekten Verkaufsteuerern.
- Die Führungskräfte werden in die Lage versetzt, ihren Mitarbeitern zu helfen, ihren Job morgen noch besser zu machen als heute. D.h. es werden Trainer innerhalb der Firma ausgebildet.
- Eine mindestens zweistellige Steigerung der Abschöpfung.
- Effiziente Prozesse für Verkaufssteuerung mit den Führungskräften erarbeiten und nachhaltig einführen.
- Führungskräfte so qualifizieren, dass sie die Verkaufssteuerung im Tagesgeschäft selbständig durchführen und auch nach Ablauf des Projekts aufrecht erhalten können.

Der Erfolg des Projektes wird gemessen an:

- Abschöpfung in Prozent (Anzahl Kaufverträge und Möbel-Barverkäufe geteilt durch die Anzahl der Besucherpartien).
- Umsatz pro Besucherpartie (Umsatz geteilt durch die Anzahl der Besucherpartien = Wertschöpfung pro Besucher).

Nachhaltige Werte für das Unternehmen

- Erhöhung der Abschöpfung (in Prozent wie auch in Umsatz pro Partie) von 10 – 20% bei flächendeckender Umsetzung der Verkaufssteuerungs-prinzipien. Sie verkaufen also mit derselben Frequenz bis zu 20% mehr (und/oder fangen Frequenzrückgänge mit erhöhter Abschöpfung auf).

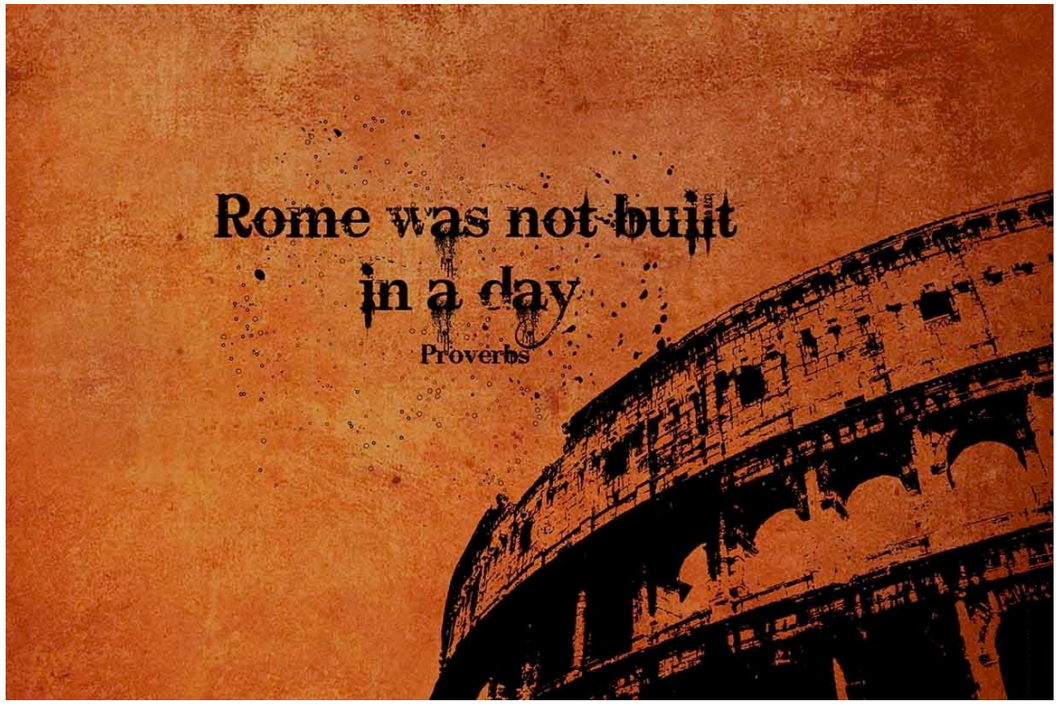
Nur die Möbelhäuser, die sich von anderen unterscheiden, werden überleben. Unterscheiden können Sie sich nur durch die Mitarbeiter. Und diese sind so gut, wie sie von Ihnen geführt werden.

- Da nur die variablen Kosten (Wareneinsatz, Logistik, Verkäuferprovisionen) steigen und die Werbekosten zurückgefahren werden können, kann das je nach Ausgangslage den Vorsteuergewinn durchaus verdoppeln.
- Prozesse, die Ihnen helfen können, dieses Niveau der Abschöpfung mit Ihren eigenen Führungskräften dauerhaft zu halten.
- Führungskräfte, die dauerhaft in die Lage versetzt werden, ihrer Mannschaft zu helfen, ihre Arbeit morgen besser zu machen als gestern. Damit entsteht eine Kultur der ständigen Verbesserung.
- Erhöhte Kundenzufriedenheit durch eingehendere und persönlichere Beratung.
- Wesentlich stärker motiviertes Verkaufs- und Führungspersonal sowie eine allgemeine Verbesserung des Betriebsklimas.

Wir haben diese Werte bereits bei mehr als 15 Unternehmen durch das Programm geschaffen. Sie können Sie bei unseren **Referenzkunden** abfragen.

Wie funktioniert das Durchsetzungsprogramm?

Das Verhalten sowohl der Verkäufer wie auch der Führungskräfte ist seit Jahren eingeschliffen und daher schwer zu verändern. Wir begleiten diesen Prozess über 12 Monate hinweg und halten sowohl die Verkäufer, wie auch die Führungskräfte in der Pflicht zur Verhaltensänderung.



Rom wurde nicht an einem Tag erbaut. Und Durchsetzung braucht Zeit, Disziplin und Energie.

"Wie arbeitet die Thomas Witt Consulting denn?", fragen Sie sich jetzt vielleicht.

Hier die Grundsätze unserer Arbeit:

Prinzip Nr. 1: "Wenn Sie das tun, was Sie immer getan haben, werden Sie das bekommen, was Sie immer bekommen haben." Das gilt für alle Menschen. Daher sollten alle Entscheider (einschließlich der Inhaber) bereit sein, ihr Handeln zu verändern.

Prinzip Nr. 2: "Wenn du etwas willst, dann miss es. Wenn du's nicht misst, vergiss es!" Sie können die Abschöpfung nur verbessern, wenn Sie täglich messen und diese Daten auch täglich auswerten und besprechen. Dazu gehört ein funktionierendes Lichtschrankensystem und ein Prozess/System für die Auswertung, grafische Darstellung und Analyse der Daten (wir beraten Sie gerne). Ferner sollten Sie einmal pro Woche die Daten zur Auswertung an uns schicken.

Prinzip Nr. 3: "Sie tun nie was du sagst - Sie tun nur was du tust!" Sie oder selbständig verantwortliche Verkaufssteuerer müssen bereit sein, das neue Verhalten selber auf der Fläche zu begleiten.

Prinzip Nr. 4: "Kontrolle ist gelebte Anerkennung" Ziel des Programms ist es, dass ein Verkaufssteuerer in Ihrem Unternehmen genau darüber Bescheid weiß, wer gerade an wen was und besonders wie verkauft. Diese Kontrollfunktion muss dauerhaft eingerichtet werden, damit das Projekt langfristig Erfolg hat.

Die Umsetzung dieser Prinzipien erfolgt im Durchsetzungs-programm. Das Durchsetzungsprogramm gibt es in verschiedenen Varianten für Unternehmen von der 120 Millionen Euro Kette bis zum 4 Millionen Euro Haus, wo der Inhaber noch selber aktiv mitverkauft.

Wie funktioniert das Durchsetzungsprogramm konkret?

Es handelt sich um ein 7-Stufen-Programm, das aus der Treppen-stufenmethode für Verkäufer sowie aus den begleitenden Führungs- und Managementprozessen besteht. Das Programm kann in 12 Monaten vermittelt und umgesetzt werden.

Das Durchsetzungsprogramm versetzt Sie und Ihre Führungskräfte in die Lage, die neuen Prozesse durchzusetzen. Es hilft Ihnen nämlich nichts, wenn externe Trainer kurzfristig die eigentlichen

Das Durchsetzungsprogramm besteht aus vielen Komponenten, die Sie sich am besten in einem persönlichen Gespräch erklären lassen sollten.

Aufgaben der Führungskraft übernehmen, um neues Verhalten zu implementieren. Sie sind darauf angewiesen, dass Ihre Verkaufsleiter Verkaufssteuerung kennen, können und sich trauen, aktiv in die Belange des Verkaufs einzugreifen. Die Verkäufer reagieren auf jede konsequente Veränderung ihrer Arbeit zunächst mit Aussagen wie: „Lassen Sie mich in Ruhe meinen Job machen. Ich mache das schon seit 20 Jahren, bin auf Provision und tue ja schon alles. Ich schreibe schon meinen Umsatz!“

Das Führungskräfte-Modul findet daher jeden Monat immer vor dem Verkäufertraining statt. Hier werden einen Tag lang die Führungswerkzeuge der nächsten Stufe der Treppenmethode eingeübt. Es wird besprochen, was genau die Verkaufssteuerer auf dieser Stufe umsetzen wollen. Der Tag endet mit einer Vereinbarung zwischen den Verkaufssteuerern und dem Inhaber/Projektverantwortlichen darüber, was konkret die Führungskräfte auf der nächsten Stufe tun werden, um die Abschöpfung weiter zu steigern. Denn nur wenn sich das Führungsverhalten ändert, ändern die Verkäufer ihr Verkaufsverhalten.

In wöchentlichen Telekonferenzen wird der Stand der Durchsetzung besprochen und die Ziele für die nächste Woche festgelegt. Denn auch für Führungskräfte und Inhaber ist es schwer, das eigene Verhalten zu verändern. Aber auch für sie gilt die Weisheit: „Wenn du das tust, was du immer getan hast, wirst du das bekommen, was du immer bekommen hast.“ Daher ist es extrem wichtig, jeden Freitag in motivierender Umgebung über die eigenen Erfolge Rechenschaft abzulegen, um dann mit neuen Ideen, neuen Zielen und frischer Energie in das Samstags-Geschäft und die folgende Woche zu starten.

Die Verkäufer werden im Durchsetzungsprogramm, normalerweise in zwei Gruppen, zwei Tage pro Monat von uns geschult. Dabei öffnen wir sie für Veränderung, neue Ideen und Techniken und vermitteln diese in entspannter und anregender Atmosphäre. Extrem wichtig ist, dass sowohl die Inhaber/Projektverantwortliche wie auch die Führungskräfte komplett anwesend sind. Denn die Vereinbarungen darüber, welches Verhalten denn konkret wie verändert werden soll, können nur sie durchsetzen. Wir sind hier nur die Ideengeber und Moderatoren.

Wenn die täglichen Aktivitäten nicht auf das Ziel ausgerichtet sind, ist jede langfristige Verbesserung unmöglich.

Die meisten Ziele werden nicht erreicht, weil sie vergessen werden! In der täglichen Umsetzung werden die Verkäufer und Führungskräfte unterstützt durch Materialien, die flexibel und auf der Fläche an das neue Verhalten erinnern. Eine Verkäuferfibel im Westentaschenformat mit unserer bewährten „Treppenstufenmethode für den Möbelhandel“ sowie Karteikarten mit Kernsätzen und Erinnerungsstützen helfen dabei das Gelernte auch tatsächlich zu praktizieren. 7 Hörbuch-CDs für jede Stufe des Verkaufsprozesses erlauben es den Verkäufern, entspannt auf der Autofahrt

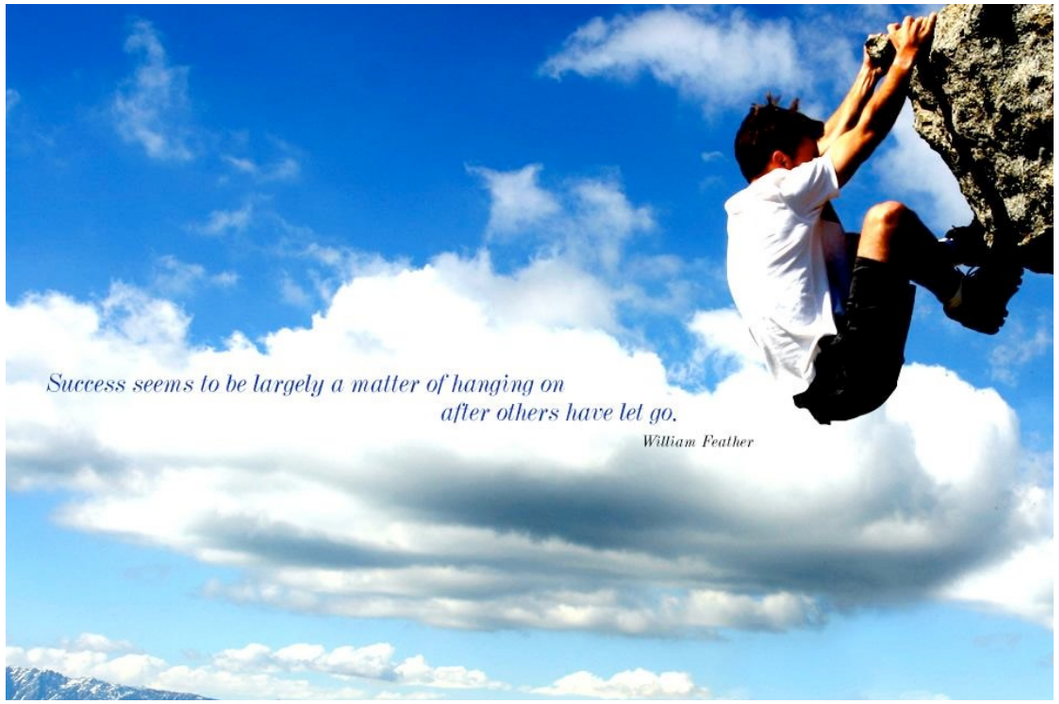
Die Schulung der Treppenmethode für den Möbelverkauf wird durch die Verkäuferfibel, Hörbuch-CDs, Erinnerungskarten und -aufkleber begleitet.

sich psychologische Hintergründe, Techniken und Kernsätze wieder in Erinnerung zu rufen.

Erfolg stellt sich aber nur ein, wenn der oder die Inhaber oder die verantwortlichen Geschäftsführer hundertprozentig und mit aller Energie hinter dem Durchsetzungsprogramm stehen. Für sie besteht im eigenen Interesse absolute Anwesenheitspflicht bei den Seminaren. Inhaber, die meinen, es würde reichen, einfach die Angestellten zu schulen, merken nur nicht, dass diese Maßnahmen keinen Erfolg haben (sie wissen ja gar nicht, was geschult und vereinbart wurde). Ihre Mitarbeiter, Führungskräfte wie auch Verkäufer, machen ihre Aufgabe so gut, wie sie es mit ihrer Motivation, ihrer Einstellung und ihren Fähigkeiten nun einmal können. Wenn Sie wollen, dass Ihre Leute ihr Verhalten ändern, müssen Sie selber bereit sein das eigene Verhalten zu ändern! Ein befreundeter Möbelhausbesitzer sagte mir einmal: „ICH muss mich doch nicht verändern. Mein Name steht doch über der Tür!“ Er muss natürlich nicht, wenn er akzeptiert, dass in seinem Geschäft alles beim Alten bleibt.

Wer setzt eigentlich das Durchsetzungsprogramm durch? Die Antwort müsste jetzt klar sein: Sie und Ihre Führungskräfte! Dafür müssen Sie aber nicht härter arbeiten oder sich irgendwie verbiegen. Wir bringen Sie dazu, ihre Arbeit effizienter und effektiver zu machen. Dabei heißt effizient, „die Dinge *richtig* zu tun“ (Führungsverhalten, Umgang mit Verkäufern, Kontrolle als gelebte Anerkennung) und Effektivität, „die *richtigen Dinge* zu tun“. Sie werden nach dem Projekt weniger arbeiten, sich einflussreicher fühlen und mehr Erfolg und Spaß bei der Arbeit haben. Viele Inhaber, die vorher jahrelang keinen freien Tag mehr genommen haben, nehmen sich schon während des Programms regelmäßig frei. Zwei unserer Kunden (die beiden Inhaber) sind gerade für 6 Wochen in den Urlaub gefahren und ihr Möbelhaus hat in der Zeit das zweistellige Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr weiter ausgebaut.

Das Durchsetzungsprogramm ist auf Ergebnisse ausgerichtet und definiert sich nicht über eine bestimmte Anzahl von Einsatztagen oder ähnliche Input-Kennziffern. Die Qualität ist nicht mit einem Zeitfaktor messbar, sondern nur über die genannten Erfolgskennziffern der Abschöpfung. Unser Honorar versteht sich daher nicht als Tagesgage. Vielmehr bezahlen Sie das Wissen und Können der Firma Thomas Witt Consulting GmbH. Wir werden alles tun, was wir – nach Absprache mit Ihnen – für den Erfolg des Projektes für notwendig halten.



„Erfolg kommt, wenn man an Zielen festhält, wenn andere schon losgelassen haben.“ (William Feather) - So sehen wir das auch!

Von unserer Seite gilt das absolute Versprechen:

Wir werden ALLES tun was in unserer Macht steht, um dieses Projekt in Ihrem Haus zum Erfolg zu bringen. Egal was Sie über die oben beschriebenen Leistungen hinaus benötigen (Materialien, Trainertage, Coaching), um Ihr Ziel zu erreichen - sagen Sie es uns und Sie werden es, ohne Diskussion und Zusatzkosten, bekommen!

Sie buchen also gewissermaßen eine „Flatrate“ für alle Leistungen, die notwendig sind, um das Projekt zum Erfolg zu führen.

Soweit zu uns.

Aber was müssen Sie tun, wenn Sie sich für ein Durchsetzungsprogramm entscheiden?

Da wir alles tun, um dieses Projekt in Ihrem Unternehmen zum Erfolg zu führen, erwarten wir dasselbe auch von Ihnen.

Wenn Sie mit uns arbeiten, benennen Sie einen Durchsetzer, der für das Durchsetzungsprogramm voll verantwortlich ist. Dieser sollte über weitreichende Kompetenzen, aber auch über Zeit und die Möglichkeit sich zu engagieren, verfügen. Normalerweise ist das der Inhaber selber oder der für den Verkauf zuständige Geschäftsführer/Verkaufsleiter.

Dieser Durchsetzer sollte an sämtlichen Führungs- und Verkäufertrainings sowie an den Telekonferenzen teilnehmen.

Der Durchsetzer muss, da er auch jetzt schon so viel arbeitet, wie er es für richtig hält, bereit sein, in Zusammenarbeit mit uns, seine Zeit nach anderen Prioritäten zu managen und einem von ihm in Zusammenarbeit mit uns festgelegten Tagesplan zu folgen.

Warum das Durchsetzungsprogramm funktioniert

Die 7 Erfolgsprinzipien der Verkaufssteuerung

1. Nur was gemessen wird,
wird „gemanaged".

2. Nur was „gemanaged" wird,
wird auch gemacht.

3. Die Treppe wird von oben gekehrt.

4. Menschen unterstützen Veränderungen, deren Notwendigkeit und Sinnhaftigkeit sie einsehen.

5. Menschen unterstützen eine Umgebung, an der sie mitgewirkt haben.

6. Kontrolle ist gelebte Anerkennung.

7. Prozesse befreien den Verkaufserfolg vom Zufall.

Die 7 Erfolgsprinzipien der Verkaufssteuerung

Prinzip Nr. 1: Nur was gemessen wird, wird „gemanaged".

Wie sollen Sie etwas verbessern, was Sie nicht sehen können? Die Abschöpfung, d.h. der Umsatz, den Sie aus einer gegebenen Anzahl von Besuchern machen können, wird eine der wichtigsten Kennzahlen im Möbelhandel werden. Denn die Besucherströme verteilen sich auf immer mehr Handelsfläche. Wenn Sie weder die Ausgangssituation kennen noch klar feststellen können, ob es durch die neuen Prozesse besser oder schlechter wird, können Sie auch die Abschöpfung nicht nachhaltig verbessern. Daher veranlassen wir unsere Kunden, täglich die Abschöpfung zu messen und wöchentlich an uns zu melden. Dadurch wird Erfolg messbar!

Prinzip Nr. 2: Nur was „gemanaged" wird, wird auch gemacht.

Von dem Tag, an dem Sie sehen, wie viele Besucher Ihnen täglich durch die Lappen gehen, steigt die Motivation, den Verkaufsprozess zu verbessern. Die Abschöpfung kann das Verkaufsteam beeinflussen und die Ausrede: „Chef, es waren keine Kunden da.", entfällt.

Prinzip Nr. 3: Die Treppe wird von oben gekehrt.

Die meisten Inhaber und Führungskräfte fühlen sich angesichts schlechter Frequenz hilflos, denn sie wissen auch keinen Rat für die frustrierten Verkäufer. Führung bedeutet aber, die Mitarbeiter in die Lage zu versetzen, ihre Arbeit heute besser zu machen als gestern. Wenn Sie das nicht können oder tun, sind Sie nur Verwalter. Ein Fußballtrainer wird auch nicht eingestellt, um dafür zu sorgen, dass 11 Spieler zum Spiel kommen und so gut kicken wie sie können, sondern damit das Team gewinnt und aufsteigt. Daher beginnt das Durchsetzungsprogramm bei den Inhabern und geht über die Führungskräfte zu den Verkäufern. Am meisten müssen die Führungskräfte und Inhaber umdenken.

Prinzip Nr. 4: Menschen unterstützen Veränderungen, deren Notwendigkeit und Sinnhaftigkeit sie einsehen.

Wir vermitteln keine Kochrezepte, sondern erklären allen Beteiligten - vom Verkäufer bis zum Chef - was funktioniert und welche psychologischen Gesetze dahinterstehen. Verkaufsmannschaften und ihre Führungskräfte bestehen aus wohlmeinenden, hart arbeitenden und klugen Menschen, die aber oft schon seit langer Zeit mit großem Aufwand das Falsche tun. Das frustriert und demotiviert natürlich. Wir zeigen neue Wege auf, die den menschlichen Umgang mit den Kunden, Kollegen und Chefs sofort, einfacher, angenehmer und erfolgreicher machen.

Prinzip Nr. 5: Menschen unterstützen eine Umgebung, an der sie mitgewirkt haben.

Sie bekommen kein System „von der Stange". Jede Firma vereinbart im Verkäufertraining jeden Monat konkret die nächsten Schritte, die im Verkauf umgesetzt werden. Im Führungskräftetraining vereinbaren Sie individuell die Kontroll- und Umsetzungsprozesse, mit denen die Führungskräfte das neue Verhalten begleiten. Wir sorgen durch die Telekonferenzen dafür, dass Sie an Ihre Vorsätze erinnert werden.

Prinzip Nr. 6: Kontrolle ist gelebte Anerkennung.

Menschen mögen es, wenn wahrgenommen wird, was sie tun! Sie wollen nur nicht gefragt werden, warum sie Mist gebaut haben, sondern Wege aufgezeigt bekommen, wie es besser geht. Führungskräfte, die wirklich führen, d.h. ihre Mitarbeiter in die Lage versetzen, Ihre Arbeit morgen besser und erfolgreicher zu machen als gestern, werden respektiert und ihr Rat wird gesucht. Vor Chefs, die nur nörgeln, läuft man weg.

Prinzip Nr. 7: Prozesse befreien den Verkaufserfolg vom Zufall.

Alle Veränderungen, deren Umsetzung nur von der Anstrengung und den guten Willen der Beteiligten abhängt, sind akut vom Aussterben bedroht. Es stimmt: Mitarbeiter machen Unternehmen erfolgreich, aber sie brauchen Prozesse, um den Mitarbeitern zu helfen erfolgreicher, zu agieren. Sie machen es sonst einfach so gut, wie sie es können.

Stellen Sie sich vor, Ihre Verwaltungsmitarbeiter würden jeden Tag so gut sie können selber entscheiden, ob, wie, wann, mit welchen Qualitätsstandards und in welcher Reihenfolge sie Ihre Aufgaben erledigen. Das Ergebnis wären Fehler und Ineffizienz. Bei der Finanzbuchhaltung, der Sachbearbeitung, Tourenplanung und Auslieferung fallen die Fehler sofort auf und der Prozess wird optimiert.

Im Verkauf bemerken Sie die Fehler gar nicht! Wir sorgen dafür, dass Sie - zumindest während des Durchsetzungsprogramms - mehr *an* Ihrem Unternehmen als *in* Ihrem Unternehmen arbeiten. Die Verkaufsleiter arbeiten mehr an den Verkaufsprozessen anstatt darin! Sie installieren Prozesse, die die mühsame, nervige tägliche Arbeit der Rückfragen, Ausnahmebehandlungen etc. auf Autopilot stellt. **Sie können sich dann auf das wirklich Wichtige konzentrieren: die Menschen und ihre Entwicklung!**

Das war‘s erstmal an Informationen. Jetzt sind Sie dran!

Ihr Thomas Witt

Was werden Sie jetzt **tun**?

Nicht was Sie wissen macht Sie erfolgreich, sondern was Sie tun!

Fragen Sie sich jetzt, ob das wohl auch etwas für Ihr Haus sein kann?

Dann informieren Sie sich kostenlos und unverbindlich bei einer persönlichen “Verkaufspotenzialanalyse” mit mir am Telefon.

Die Verkaufspotenzialanalyse ist ein (telefonisches) Beratungs-/ Coachinggespräch, in dem wir gemeinsam Ihre aktuelle Situation sondieren und Ihnen dabei helfen, Ihre wirklichen Ziele zu ermitteln. Dazu finden wir gemeinsam heraus, wie viel Umsatz in Ihrem Unternehmen durch die Erhöhung der Abschöpfung noch zu mobilisieren ist.

Ich verspreche Ihnen, dass Sie nach dem Gespräch begeistert darüber sein werden, was in Ihrem Unternehmen alles möglich ist. Sie werden aber auch sehen, was Sie derzeit davon abhält, Ihre Ziele zu erreichen und welche Ergebnisse Sie unbedingt auf Ihrer Prioritätenliste behalten sollten.

Klicken Sie **hier**, um eine kostenlose und unverbindliche Verkaufspotenzialanalyse zu buchen oder Sie rufen an: 06101-9953144 oder schreiben mir eine E-Mail: **witt@thomaswittconsulting.de**.