



Am Anfang viele Fragen, aber Systemstart ohne Beeinträchtigungen.

Ansprechpartner im E/D/E:

Martin Reinke

Telefon 02 02/60 96-983

Martin.Reinke@ede.de

René Graute

Telefon 02 02/60 96-374

Rene.Graute@ede.de

Datenpflege brauchte am meisten Zeit

Schwieriger war dagegen die Umarbeitung der Daten, sie stellte den größten Zeitfaktor in der Umstellung dar – denn um alle Artikel, Kreditoren- und Debitorenangaben reibungslos in das neue System einzupflegen, waren einige „Kniffe“ notwendig: „Die Backups vom alten System wurden mehrmals ausgeführt und jedes Mal vollständig bearbeitet. Damit wurde gesichert, dass wir immer auf dem aktuellen Stand waren. Außerdem wollten wir so die Präsentationen und Schulungen mit bekannten Daten durchführen.“

„Das System hat eine Menge zu bieten“

Und was hat sich bei Voss ein halbes Jahr später verändert? „Wir kommen klar mit ELVISpro, wir können Aufträge erfassen und die tägliche Arbeit funktioniert. Wir können uns allerdings noch weitere Optimierungen vorstellen. Fast alle Prozesse, die wir uns gewünscht haben, sind über ELVISpro abbildbar“, so Uecker. „Natürlich ist man am Anfang von der Funktionalität des Programms erschlagen – es ist gar kein Vergleich zum vorherigen System.“

Dadurch aber, dass man viel mehr damit tun und realisieren kann, eröff-

nen sich auch ganz neue Möglichkeiten, die wir bisher noch nicht alle ausschöpfen konnten. Zwar ist die Erfassung der Artikel heute aufwändiger, weil man viel mehr Merkmale angeben kann, aber dafür hat man auch mehr Detailinformationen zur Verfügung – vor allem in der Nachverfolgbarkeit aller Vorgänge.“

Zeitliche Vorteile, das gibt Uecker zu, existieren vor allem in der Auftragsbearbeitung: „Aus einem Angebot kann endlich per Knopfdruck ein Auftrag entstehen, Bestellungen müssen nicht extra erstellt werden, usw. Heute ist am Anfang ein etwas umfangreicherer Arbeitsschritt notwendig – meistens die Artikel- und Auftragserfassung. Die weiteren Schritte, die früher manuell ausgeführt wurden, werden durch das System beinahe vollautomatisch durchgeführt.“

Optimierung hat auch das ELVISpro Katalogsystem gebracht, das in der Sachbearbeitung Zeit und Fehler vor allen Dingen bei der Preispflege einspart und mit der enormen Artikelauswahl für Voss maßgeschneidert wurde. „Das Gute an ELVISpro ist dessen Modularisierung“, so Uecker, „so können wir uns die Features aussuchen, die wir wirklich brauchen.“

Foto: Voss

E/D/E Schulungsprogramm

Vertrieboptimierung für den PVH

Der PVH ist in seiner Struktur in der Regel auf Beschaffung, Vertrieb und Logistik ausgerichtet. Das bedeutet für jeden Unternehmer, in diesen drei Aufgabenfeldern Spitzenleistungen anbieten zu können und zu müssen, will er langfristig erfolgreich sein.

Bei Gesprächen mit Unternehmern und Vertriebsleitern zeigt sich jedoch immer wieder, dass zwar die Themen Beschaffung und Logistik meist sehr professionell gehandhabt werden, die Firmen beim Thema „Vertrieb“ aber häufig nicht optimal aufgestellt sind. Gründe hierfür gibt es reichlich, und in jedem Unternehmen sind es andere.

Aus dieser Erkenntnis heraus hat sich das E/D/E umfassend mit der Frage

beschäftigt: „Was können wir tun, um unseren Mitgliedern zu helfen, im Vertrieb ebenfalls Spitzenleistung zu bieten?“ Die Antwort hierauf bietet das E/D/E Schulungs-Konzept „Vertrieboptimierung für den PVH.“ Unter der Moderation von Dieter Oelfke und Michael Köngeter werden in drei bis vier mehrtägigen Workshops aktuelle Einzelthemen aus dem Bereich Vertrieb diskutiert und praxisgerechte Lösungen

erarbeitet. Insbesondere der Bezug zur Praxis wird dabei immer wieder in den Vordergrund gestellt, denn zur Theorie des Vertriebs ist schon genug gesagt und geschrieben worden.

Erfolgreiche Workshops

Die Teilnehmer, Geschäftsführer, Inhaber und verantwortliche Vertriebsleiter der E/D/E Mitgliedsfirmen brin-

gen sich in diese Workshops intensiv mit ihren Erfahrungen und ihrem Wissen ein, um einerseits aus dem zu lernen, was die Kollegen machen und andererseits weitere Aspekte einer optimalen Vertriebssteuerung zu erfahren. Inzwischen wurden drei Veranstaltungen mit verschiedenen Mitgliedergruppen erfolgreich durchgeführt. Eine weitere Gruppe startet im Herbst 2008. Die Arbeitsweise ist so einfach wie wirksam: Die Mitglieder treffen sich zu einer anderthalbtägigen Veranstaltung. Je nach Teilnehmeranzahl werden drei bis vier der insgesamt 14 Themen (siehe Infokasten) intensiv bearbeitet. Am Schluss des zweiten Tages meldet jeder Teilnehmer an, welche der besprochenen Themen er anschließend im eigenen Unternehmen in die Praxis umsetzen will. Das nächste Treffen findet rund drei Monate später statt, so dass bereits erste Erfahrungen vorliegen und den anwesenden Teilnehmern Bericht erstattet werden kann. Nach einem ausführlichen Reporting geht es dann an die nächsten Themen.

Eine der Mitgliedergruppen trifft sich nach erfolgter Workshopteilnahme inzwischen regelmäßig einmal im Jahr, um sich weiterhin über das Thema Vertriebsoptimierung auszutauschen.

Kleinigkeiten sind oft entscheidend

Neben den wichtigen Fragen nach einer optimalen Vertriebsstrategie sind es häufig auch die kleinen, eher nebensächlich scheinenden Dinge, die die Teilnehmer begeistern. So berichtet ein Geschäftsführer, dass er nach dem Workshop heimgefahren sei und gleich bei der Außendienstbesprechung am nächsten Tag seine Mitarbeiter aufgefordert habe, ihren Pkw-Kofferraum zu öffnen. „Mir hat es fast die Sprache verschlagen, als ich gesehen habe, welches Chaos darin herrscht. Nur ein Mitarbeiter hatte seine Unterlagen komplett und ordentlich im Kofferraum,“ sagte der Chef. „Ich habe meinen Leuten ‚versprochen‘, dass ich künftig häufiger diese Kontrollen durchführen werde.“

Mathias Fischer, Leiter des Geschäftsbereichs Marketing, ist bei jedem Workshop mit dabei: „Ich bin erstaunt, wie unstrukturiert manche Unternehmen in Sachen Vertrieb aufgestellt sind. Bei einigen Teilnehmern merkt man förmlich, wie es in ihrem Kopf ‚Klick‘, macht und sie mit einer neuen Idee heim-



Michael Köngeter



Dieter Oelfke

fahren. Es sind oft die einfachen und banalen Dinge, die vernachlässigt werden. Das beginnt bei einer unzureichenden Kunden- und Tourenplanung und hört bei fehlendem Controlling der Vertriebsleistungen auf.“

Die Moderatoren Dieter Oelfke und Michael Köngeter kennen den PVH aus ihrem eigenen Berufsleben. Sie haben viele Jahre als verantwortliche Vertriebsleiter in der Branche gearbeitet und wissen, wovon sie sprechen. Mit ihrer Unternehmensberatung Oelfke, Köngeter & Partner betreuen sie vornehmlich mittelständische, inhabergeführte Handelsunternehmen, viele davon aus dem PVH. Dieter Oelfke ist von der Arbeit mit den E/D/E Mitgliedern sehr angetan: „Die gemeinsame Arbeit mit den Geschäftsführern und Vertriebsleitern hat uns deshalb sehr viel Spaß gemacht, weil viele Ideen und praktische Vertriebsverfahren in einer bemerkenswert offenen Atmosphäre ausgetauscht wurden. Wir stellten bereits beim zweiten Workshop deutliche Veränderungen und wesentliche Verbesserungen bei den Teilnehmern fest. Offensichtlich sind unsere Vorschläge zur Vertriebsoptimierung bei allen auf fruchtbaren Boden gefallen.“ Und sein Partner Michael Köngeter ergänzte: „Mich haben die inhaltlichen Beiträge der Teilnehmer begeistert. Insbesondere zur Vertriebssteuerung sind sehr viele konstruktive praktische Erfahrungen ausgetauscht worden.“ Nach dem

guten Erfolg der bisher durchgeführten Veranstaltungen wird das E/D/E weiteren Mitgliedergruppen das Konzept „Vertriebsoptimierung im PVH“ anbieten.

Fotos: Oelfke, Köngeter

Diese vierzehn Themen zur Vertriebsoptimierung werden den Teilnehmern in drei bis vier Workshops nähergebracht:

1. Stärken- und Schwächenanalyse
2. Wettbewerbsanalyse
3. Mitarbeiterbeurteilung
4. Kundenbeurteilung
5. Vertriebssteuerung für den Innen- und Außendienst
6. Praktische Anleitungen zur Neukundengewinnung
7. Erfolgsorientierte Vergütungssysteme
8. Zielvereinbarungssysteme
9. Arbeits- und Organisationsabläufe
10. Führen von Mitarbeitergesprächen
11. Praxiserprobter Einsatz eines IT-gestützten Informationssystems
12. Durchführung von Verkaufsförderungsveranstaltungen
13. Außendienstplanungssysteme
14. Strategiefindungssysteme