

Unterschätzte Wettbewerbsvorteile

Top-Thema | Kunden erwarten heute mehr als reinen Produktverkauf. Sie fordern Services und Beratung. Die Schulungsangebote der Fachhandelskooperationen helfen, den wachsenden Anforderungen gerecht zu werden und schließen Lücken der Herstellerbetreuung.



Foto: Thinkstock, Digital Vision, AA039580

Die technologischen Veränderungen wirken sich auf die Büroarbeit aus und fordern neue Kompetenzen des Fachhandels. Gefragt sind technisches Know-how, passgenaue Kundenansprache ebenso wie ausgeprägte Service-Kompetenz. Darauf muss sich auch der Handel einstellen und sein Angebot ausrichten. Mit einem umfangreichen Schulungsprogramm bieten die Fachhandelskooperationen ihren Mitgliedern dabei Unterstützung.

„Von der Basis-Schulung für neue Vertriebsmitarbeiter über Seminare zu Gesprächstechniken und Schulungen zu Umsatzsteigerungsmaßnahmen für Key Accounter bis zu Strategietrainings für die Geschäftsführung haben wir für viele Gelegenheiten das richtige Angebot“, sagt Winfried Schneider, Leiter des Geschäftsfelds Druck und Kopie bei Soennecken. Besonders beliebt seien die MPS-Kompetenzseminare, die in drei Stufen angeboten und die jeweils mit einer Zertifizierung abgeschlossen werden. Darüber hinaus gehe man auch flexibel auf spezielle Anforderungen der Mitglieder ein und könne in Abstimmung mit bewährten Trainern individuell reagieren. Mit großem Erfolg habe die Kooperation beispielsweise im vergangenen Jahr einige „Inhouse-Seminare“ bei Mitgliedern zu ausgewählten Themen durchgeführt.

„Uns ist daran gelegen, Ausbildungsmaßnahmen dann aufzusetzen und anzubieten, wenn akuter Bedarf durch unsere Mitglieder an uns herangetragen wird“, betont der Soennecken-Geschäftsfeldleiter. Die Mitgliedergruppe der MPS-Professionals befasse sich in diesem Jahr intensiv mit dem Thema „Dokumentenklassifizierung“ und entwickle ein Dienstleistungskonzept zur Analyse von Dokumenten und Informationen bei Kunden – „eine umfangreiche Consulting-Maßnahme, die in der Umsetzung trainiert werden muss“, findet Schneider. Deshalb werde eine



„Die Kompetenz der Mitarbeiter macht heute schon den Unterschied und ist ein leider vielfach unterschätzter

Weißbildungsmaßnahme vorbereitet, die kurzfristig buchbar sei.

Wettbewerbsvorteil“,
sagt Winfried
Schneider,
Geschäftsfeldleiter
Druck und Kopie bei
Soennecken.

Eine intensive Zusammenarbeit pflegt die Fachhandelskooperation auch mit ihren Lieferanten. Trainings mit ausschließlich technischem Inhalt bietet man grundsätzlich in Kooperation mit Lieferanten an und sieht eigene Angebote eher als Ergänzung. Bei den Vertriebsstrainings achtet man auf die schnelle Umsetzbarkeit der Inhalte, erklärt Schneider. Gemeinsam mit den Herstellerangeboten, ist sich der Soennecken-Geschäftsfeldleiter sicher, könne die Gruppe Mitgliedern ausreichend Kompetenz vermitteln, um den Herausforderungen des Marktes zu begegnen. „Wünschenswert wäre jedoch, dass die Angebote stärker wahrgenommen werden“, betont Schneider, der zwar Verständnis dafür hat, dass man gerade erfolgreiche Mitarbeiter ungern aus dem Tagesgeschäft herausnimmt. „Aber die Kompetenz der Mitarbeiter macht heute schon den Unterschied und ist ein leider vielfach unterschätzter Wettbewerbsvorteil.“



„Um den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden, ist der Handel gezwungen, sich mit Themen wie DMS, Archivierung oder Cloud zu befassen“, ist sich Holger Rosa, Projektleiter beim Büroring, sicher.

„Um den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden, ist der Handel gezwungen sich mit Themen wie DMS, Archivierung oder Cloud zu befassen“, weiß auch Holger Rosa, Projektleiter beim Büroring. Im „New Academy“-Katalog der Büroprint-Gruppe greife man diese Themen schon auf, wenn sie für viele noch nicht akut sind. „So sind unsere Mitglieder dem Markt immer eine ‚Druckerlänge‘ voraus und können agieren statt zu reagieren.“ Auch die Haaner Kooperation arbeitet bei Weiterbildungen mit technischem Schwerpunkt eng mit ihren Lieferanten zusammen. Gerade hier bietet die Industrie perfekte Schulungen, die von den Büroring-Mitgliedern entsprechend stark frequentiert werden, berichtet Rosa. Bei der Weiterbildung des Vertriebspersonals sei die Unterstützung leider nicht ganz so gut, da viele Hersteller auf individuelle Vertriebskonzepte setzen, abgestimmt auf ihre Produktpalette und Softwaretools.

„Unsere Stärke liegt in der herstellernerutralen Aus- und Weiterbildung des Vertriebspersonals.“ Die Zukunft sieht der Büroring-Projektleiter vor allem in der langfristigen Ausbildung des MPS-Vertriebsmitarbeiters – eine erfolgreiche Ausbildung, bei der der Mitarbeiter den MPS-Vertrieb „von der Pike auf“ lernt, dauere bis zu 18 Monate. Im Schulungsangebot setzte man deshalb verstärkt auf diese Themen und arbeitete mit neutralen Consulting-Unternehmen wie Perform IT oder bekannten Fachreferenten zu bestimmten Themen zusammen.



Gas geben im Business und auf der Rennbahn: Das Treffen der Soennecken MPS Professionals zeigte, dass es Spaß machen kann, gemeinsam Strategien zu entwickeln.

Ganzheitliche Lösungen

„Modernes MPS-Geschäft erfordert eine ganzheitliche Betrachtung“, sagt Frank Eismann, Vorstandssprecher der Kooperation WinWin Office Network. Kunden fordern vom Fachhandel ebenso wie vom Direktvertrieb Fachkompetenz im Bereich organisatorische IT-Infrastruktur sowie Unternehmens-Prozesskompetenz. „Die Arbeitsplätze der Zukunft werden immer mobiler und standortunabhängiger“, sagt der WinWin-Vorstandssprecher. Neben der Produktkompetenz bei Hardware wie Multifunktionsgeräten und Druckern, mobilen Endgeräten wie Tablets oder Mobiltelefonen und Softwarelösungen, werden weitere Themen wie beispielsweise Lösungen rund um den Datentransfer immer wichtiger, ist sich Eismann sicher.

Die Gründung einer Ausbildungsakademie, in der Qualifizierungsmaßnahmen für Vertrieb, Technik und Administration gebündelt sind und die Mitgliedern Know-how bei Themen wie Betriebswirtschaft, IT oder Betriebsorganisation vermitteln soll, sei deshalb eines der vorrangigen Projekte beim WinWin-Office Network. In einem weiteren strategischen Projekt befasst sich die Gruppe zudem mit dem Umbau der



„Der Vertrieb von heute erfordert andere Ausbildungskriterien“, sagt Frank Eismann, Vorstandssprecher des WinWin Office Network. „Da reicht ein Training auf ein modernes Fleetmanagement nicht aus.“

Mitgliedsunternehmen zu modernen IT-Hybridunternehmen: „Wir sehen den Fachhändler der Zukunft als Systemhaus, der IT-Kompetenz und MPS-Projekte aus einem Guss liefern kann.“ Kernkompetenzen dieser Unternehmen sieht Eismann nicht nur in der Lieferung von Hardware- und Softwarelösungen, sondern vor allem in einem gut ausgebildeten Mitarbeiterteam für beratungsrelevante Lösungsprojekte. Vom Fachhandel fordere dies eine Strategie zur Qualifizierung des Unternehmens. „Wir als WinWin Office Network sehen dieses als einen wichtigen Baustein der Gemeinschaft.“

Um diese Transformation zu unterstützen, reichen „die Angebote der Hersteller bei Weitem nicht aus“, findet der WinWin-Vorstand. Nicht ohne Grund habe man eine eigene Akademie in der Strategie der Gruppe verankert. Gerade im Kopierer- und Druckerumfeld könnten die Hersteller notwendige Ausbildungsqualifikationen aufgrund mangelnder IT-Kompetenz und Marktkenntnisse nicht liefern. „Da reicht ein Training auf ein modernes Fleetmanagement nicht aus, sondern nur ein ganzheitlicher Ausbildungsansatz“, kritisiert Eismann. „Der Vertrieb von heute erfordert andere Ausbildungskriterien.“ Der Kopierer-Techniker von gestern werde nicht automatisch zum Techniker für moderne MPS-Lösungen. Und auch das Projektmanagement im Vertragswesen brauche heute eine hohe betriebswirtschaftliche Kompetenz. „Dies ist ein langer Weg für alle – Hersteller, Fachhandel und Organisationen wie die WinWin Gruppe“, weiß Eismann. Markt und Kundenbedürfnisse fordern jedoch unmissverständlich eine qualifizierte Ausbildungsplattform für zukünftigen Erfolg. Die Verantwortung, Mitarbeiter für den Bedarf künftiger Märkte weiterzubilden, müssten letztlich alle Arbeitgeber übernehmen. Für diese Herausforderung säßen „alle in einem Boot – Hersteller und der Fachhandel.“

Unterstützung durch Weiterbildung

Verantwortung übernommen hat die Computer Compass-Gruppe, die mit dem Career & Study-Programm der Compass Akademie gegen den drohenden Fachkräftemangel in der IT-Branche wirkt und Mitgliedern mit zahlreichen Weiterbildungsmaßnahmen Unterstützung bietet. So beobachten die Document Prozess Outsourcing (DPO)-Spezialisten, die MPS-Experten der Compass-Gruppe, seit Langem einen Wandel der Ansprechpartner auf Kundenseite hin zu den IT- und Prozessverantwortlichen, beschreibt Compass-Geschäftsführer Dirk Henniges einen der Gründe für das Engagement im Bereich Fortbildung. Bei den IT-Spezialisten der Gruppe ist es die Geschwindigkeit mit der sich der technologische Wandel vollzieht und die dadurch entstehenden Zertifizierungsnotwendigkeiten. Hier hat die Gruppe mit IBM eine Qualifizierungs- und Produktoffensive aufgesetzt, mit der bei den Themen Speichervirtualisierung, Serverkonsolidierung und Speichermanagement diese Ziele schnell und präzise erreicht werden sollen. Die DPO-Spezialisten haben im vergangenen Jahr ein dreijähriges Qualifizierungsprogramm ins Leben gerufen, das sich an den Notwendigkeiten ihres Geschäftsmodells orientiert. Das Programm, das verpflichtend ist, gliedert sich in Unternehmens- und Personenzertifizierungen und umfasst allein in diesem Jahr über 50 Schulungsformate in den Segmenten Vertrieb, Consulting, Support und MIF-Management.

Bei den Mitgliedern im Handel bestehe immer noch die größte Resonanz bei vertriebslich orientierten Schulungsmaßnahmen. Doch Henniges meint: „Das trifft es aber nicht mehr.“ Vielmehr müssten alle Bereiche mitgenommen werden bei einem Umbau des Unternehmens. Die Lieferanten aus der Industrie habe man intensiv in beide Qualifizierungsmaßnahmen eingebunden und nutze deren Ressourcen, erklärt der Compass-Geschäftsführer, schließlich verfolge man ähnliche Ziele. „Dabei haben wir jedoch zunächst unser angestrebtes Geschäftsmodell definiert und daraufhin die Qualifikationen ausgerichtet.“ Ein Mehraufwand, denn so mussten für rund die Hälfte der Schulungsangebote eigene Formate entwickelt werden. „Ob die Schulungsangebote schließlich erfolgreich sind, hängt auch davon ab, wo man als Fachhändler hin möchte“, gibt Henniges zu bedenken.

www.compassgruppe.de

www.bueroring.de

www.soennecken.de

www.winwin-office.de

(12.04.13)



„Im Handel allgemein besteht immer noch die größte Resonanz auf vertriebslich orientierte Schulungsmaßnahmen“, meint Dirk Henniges, Geschäftsführer der Compass Gruppe. „Das trifft es aber nicht mehr.“

URL dieser Seite: http://www.pbs-business.de/archiv/11666-Unterschaetzte_Wettbewerbsvorteile/?druckversion=true
loading