



CRM im Stress-Test

„Höher – Schneller – Weiter!“, so könnte das Motto für all diejenigen lauten, die sich dem Segen neuer Technologien verschrieben haben. Längst gehört das Smartphone zum Alltag und selbst die konservativsten Unternehmen haben ihrem Vertrieb bereits einen Tablet-PC mit mobileCRM zur Verfügung gestellt. Der zum Teil immensen Investition stehen zunächst erhoffte Effizienzgewinne gegenüber.

Text: Thomas Trilling

Neben den materiellen Versprechen neuer Technologien gibt es aber auch eine psychologische Seite. Kaum ein Vertriebler freut sich über ein CRM-System – und das nicht nur, weil er zusätzlichen Aufwand für die Datenpflege hat oder das System nicht seinen Erfordernissen entspricht. Ständige Erreichbarkeit und vollständige Transparenz bedrohen die Selbstbestimmtheit des Verkäufers. Selbst

junge Menschen, die den Umgang mit Medien aller Art gewöhnt sein sollten, leiden schon unter Stress-Symptomen. Inwieweit sich ein solches System zu mehr als einem Datenfriedhof entwickeln, oder ob der Stress überwiegen wird, bleibt abzuwarten.

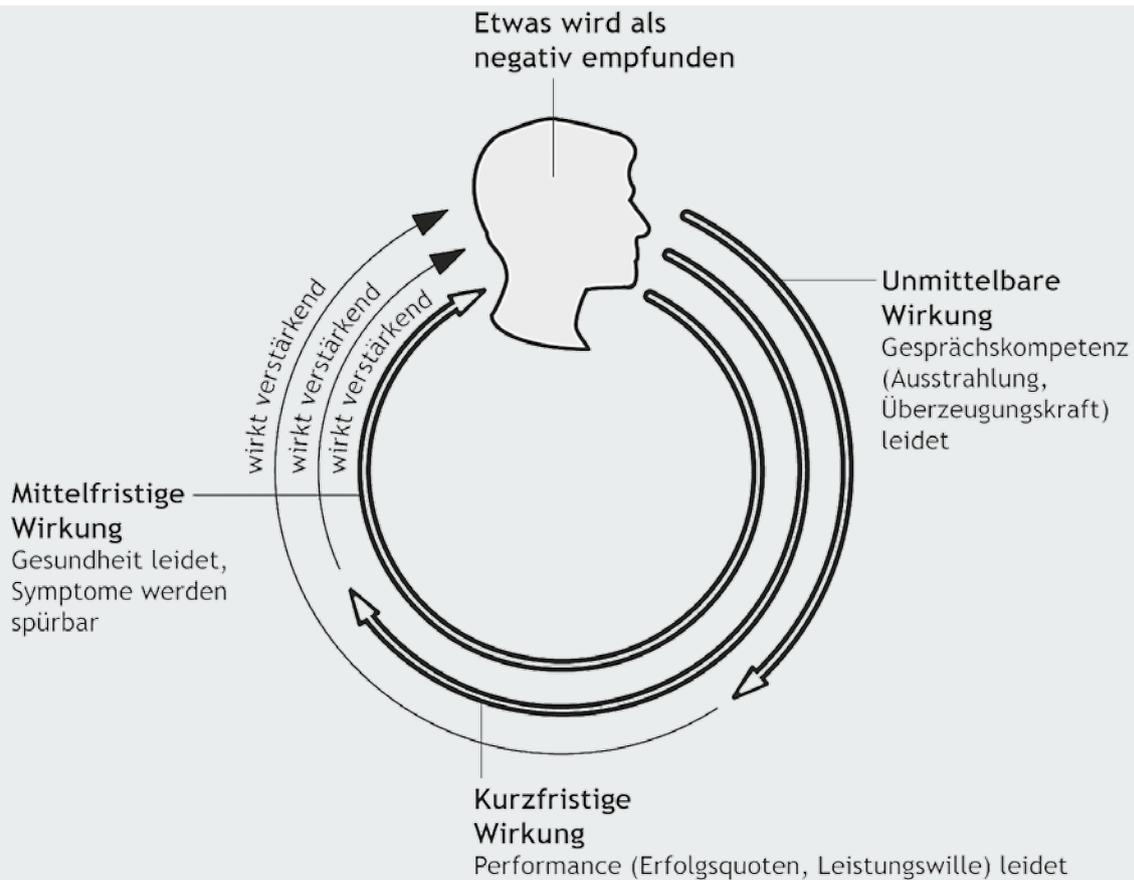
Als eine Hauptursache von Stress ist das Gefühl von Kontrollverlust hinlänglich bekannt und erforscht. So steigen mit der Leistungsfähigkeit neuer Technologie auch die Erwartungen von internen und externen Kunden – oft von den Verkäufern selbst verschuldet durch die eigenen überschnellen Antworten. Vor 30 Jahren, also vor flächendeckender Einführung mobiler Telefonie, war man einfach nicht erreichbar oder konnte sich seine Reaktion auf Anfragen und Reklamationen mehr oder weniger in Ruhe überlegen. Heute schlagen negative Nachrichten durch üppige Nutzung von cc-Mails und des „Allen-antworten-Buttons“

bei allen Beteiligten gleichzeitig auf. Zusätzlich zu den Kundenbeziehungen müssen heute also noch zahlreiche interne Parteien und Vorgänge gemanaget werden – und das live. Das Rad dreht sich also immer schneller.

Es ist heute für viele Verkäufer und Verkaufsleiter völlig normal, bereits vor dem Frühstück den Eingang neuer E-Mails zu prüfen und sogar zu antworten. „Dann hab ich’s weg und ich muss mich nicht weiter drum kümmern“, lautet die einleuchtende Antwort. Doch was ist die Konsequenz? Das Familienleben leidet ebenso wie die Möglichkeit, mal komplett zur Ruhe zu kommen. Positive Nachrichten sind ohnehin in der Unterzahl und so steht der Körper schon unter Strom: Die Gedanken kreisen um Aufgaben, Herausforderungen, Probleme und Sorgen und das noch bevor wir das Haus verlassen.

Das Stressniveau ist höher als es sein müsste und es steigt über den Tag noch

- » Leser:** Geschäftsführung, Vertriebsleiter, Vertrieb
- » Inhalt:** Wie CRM Stress verursacht und wie Sie dem entgegenwirken.
- » Level:** ●●●○○



an. Sobald wir etwas als Bedrohung oder auch nur als potenzielle Bedrohung empfinden, wird – vereinfacht gesagt – ein Überlebensprogramm aktiviert, das dem Körper in Sekundenschnelle Energie zur Verfügung stellt. Diese Energie brauchen wir, um die Bedrohung in die Flucht zu schlagen oder um fortzulaufen (Fight-or-Flight-Response). Mit jedem Gedanken an ein mögliches Problem wird der Stressprozess aktiviert, teilweise mehr als 1000 Mal am Tag. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) geht davon aus, dass 80 Prozent aller Erkrankungen auf Stress zurückzuführen sind. Im Vertrieb kommt noch eine weitere Komponente hinzu. Unter Stress lässt die Ausstrahlung des Verkäufers spürbar nach, die Überzeugungskraft geht zurück. Mittelfristig leidet die Performance und langfristig die Gesundheit. Bis man die Symptome spürt, hat der Stress leider schon über einen langen Zeitraum seinen Schaden entfaltet.

Möglichkeiten zur Stressreduktion

Das Ziel, den eigenen Anforderungen hinsichtlich Kundenzufriedenheit und Zielerreichung gerecht zu werden, birgt zusammen mit der hohen Informationsdichte ein enormes Stresspotenzial. Informationen bewusst auszublenden oder das CRM-System eben faktisch nicht zu nutzen ist oft das Mittel der Wahl, um auf die neuen Anforderungen zu reagieren. Gleichzeitig ist es aber ein wenig professioneller Weg, um mögliche Belastungen gar nicht erst entstehen zu lassen. Deswegen ist es sinnvoll, die nachstehenden Möglichkeiten der Stressvermeidung und Stressbewältigung in Betracht zu ziehen.

JOMO anstatt FOMO. „Joy of Missing Out“ anstatt „Fear of Missing Out“ lautet die Alternative zum Drang, ständig online zu sein. Wer das Smartphone mal bewusst abschaltet und seine Kon-

zentration während dieser Zeit auf andere Dinge richtet, wird bald feststellen, dass nichts wirklich Schlimmes passiert. Damit kann eine positive Referenz Erfahrung bereits den Start zu einem Umdenken markieren.

Vorbild sein und Verantwortung für das eigene Handeln übernehmen. Wer seine Kollegen oder Mitarbeiter am späten Abend mit E-Mails kontaktiert, braucht sich nicht zu wundern, wenn niemand zur



AUTOR

Thomas Trilling ist Vertriebs- und Stressexperte bei Mercuri International und als Berater, Trainer und Coach für Verkauf und Vertriebsmanagement tätig.

Nach dem Studium der Ökonomie in Bochum arbeitete er in verschiedenen Vertriebs- und Managementfunktionen, bevor er 2002 in die Beratung wechselte.
Direkter Draht: thomas.trilling@mercuri.de

Welche Vor- und Nachteile haben die technologischen Hilfsmittel im Verkaufsalltag?		
	Vorteile	Nachteile
Mobile CRM	Kommunikation in Echtzeit zwischen Hierarchieebenen und Funktionsbereichen; Verknüpfung mehrerer Anwendungen in einem System (Kontakt-Management, Aufgaben-Management, Kommunikation, Berichtswesen, Planung und Budgetierung, Navigation und Social Media)	Zeitaufwand, um alle Tätigkeiten zu erfassen, Datenflut, Beschleunigung und Transparenz, Kontrollverlust durch systemseitige Empfehlungen für Kundenbesuche und Routenplanung, „Degradierung“ des Vertrieblers zum reinen Ausführungsorgan mit weniger Freiheitsgraden
Social Media	einfaches und schnelles Erlangen von relevanten Kundeninformationen; Erweiterung des Netzwerkes	Zeitaufwand, da aktive Nutzung der Netzwerke zur Pflicht wird; Komplexität des Netzwerkes und Priorisierung
Smartphone/Tablet	Erreichbarkeit und schnelle Verfügbarkeit von Kundendaten; Produktpräsentationen und Argumentationshilfen. Nutzung mehrerer Kommunikationswege auf wenigen Geräten (E-Mail, SMS, WhatsApp, Social Media etc.)	Ständige Erreichbarkeit, FOMO (Fear of Missing Out – Angst, nicht alle relevanten Informationen mitzubekommen und etwas zu verpassen), Erholungsphasen werden verkürzt und segmentiert

Ruhe kommt. Das gleiche gilt für die Antworten auf diese E-Mails. Dasselbe gilt selbstverständlich auch für die Auswertungsmöglichkeiten der Vertriebsaktivitäten. Wer das Gefühl hat, vom Arbeitgeber auf Schritt und Tritt kontrolliert zu werden, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit ebenfalls ein erhöhtes Stressniveau haben.

Umdenken. Eine gute Methode, mit Transparenz und der damit verbundenen Angst vor Imageverlust oder Jobverlust besser klarzukommen, ist, die belastende Situation als Training für das eigene Selbstbewusstsein zu begreifen. Oftmals ist es keine reale Bedrohung, die den Stress auslöst, sondern der bloße Gedanke an ein potenzielles, gedachtes, vielleicht sogar unwahrscheinliches Szenario. Wenn Sie also zu sich selbst sagen können: „Ich kann das nicht ändern. Ich mache das Beste daraus. Ich trainiere in der Situation, wie ich gelassener werde und zeige, was ich kann“, dann haben Sie gute Chancen, Ihr Stressniveau zu reduzieren. Darüber hinaus ist es hilf-

reich, sein Selbstbewusstsein gezielt zu trainieren, indem die eigene Aufmerksamkeit bewusst auf Stärken und Erfolgserlebnisse gelenkt wird.

Balance finden. Wer auf die zusätzliche Arbeit durch ein CRM-System fokussiert und seinen Ärger mit seiner Umwelt teilt, blendet bewusst oder unbewusst die Vorteile des Systems aus. Hilfreich ist es, den Nutzen des Systems, wie Zeitersparnisse, effizientere Kontaktstrategien und daraus resultierende Erfolge bewusst wahrzunehmen, positiv zu bewerten und nicht als selbstverständlich abzutun.

Organisation. Seit einiger Zeit schalten einige Unternehmen die Weiterleitung von E-Mails an Mitarbeiter ab einer bestimmten Uhrzeit ab – Manager natürlich ausgenommen. Letztere verpflichten sich dagegen, keine Mails mehr an Mitarbeiter nach Dienstschluss, am Wochenende oder im Urlaub zu schicken.

Training und Coaching. Vielen Mitarbeitern ist die Auswirkung eines erhöh-

ten Stressniveaus auf Ausstrahlung, Überzeugungskraft, Leistungsfähigkeit und Gesundheit nicht bewusst. Gezielte Maßnahmen im Vertrieb sind eine gute Möglichkeit, etwas für die Vertriebskultur, die Bindung von Mitarbeitern und die nachhaltige Geschäftsentwicklung zu tun.

Fazit

Die Argumente für CRM, wie Effizienz und Transparenz, greifen vor allem auf Managementebene. Beim Vertriebler stiften Systeme dieser Art wenig Nutzen. Für ihn stehen Zusatzarbeit und Kontrolle im Mittelpunkt, so dass sich weitere Stressauslöser im Vertrieb etabliert haben. Führungskräfte sind hier in der Pflicht, mit gutem Beispiel voranzugehen.

Nur wenn es dem Einzelnen – mit Unterstützung seines Arbeitgebers – gelingt, sich neue Verhaltensmuster anzueignen, die seine Resilienz stärken, wird die Stressbelastung nicht weiter steigen oder sogar sinken. V