



MERCURI INTERNATIONAL DEUTSCHLAND GMBH

Sales Excellence in der Bauindustrie

MERCURI
international



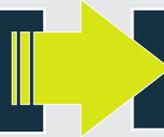
Komplexe Entscheidungsprozesse bestimmen den Markt



Der Vertrieb muss umdenken

Trends im Bausektor

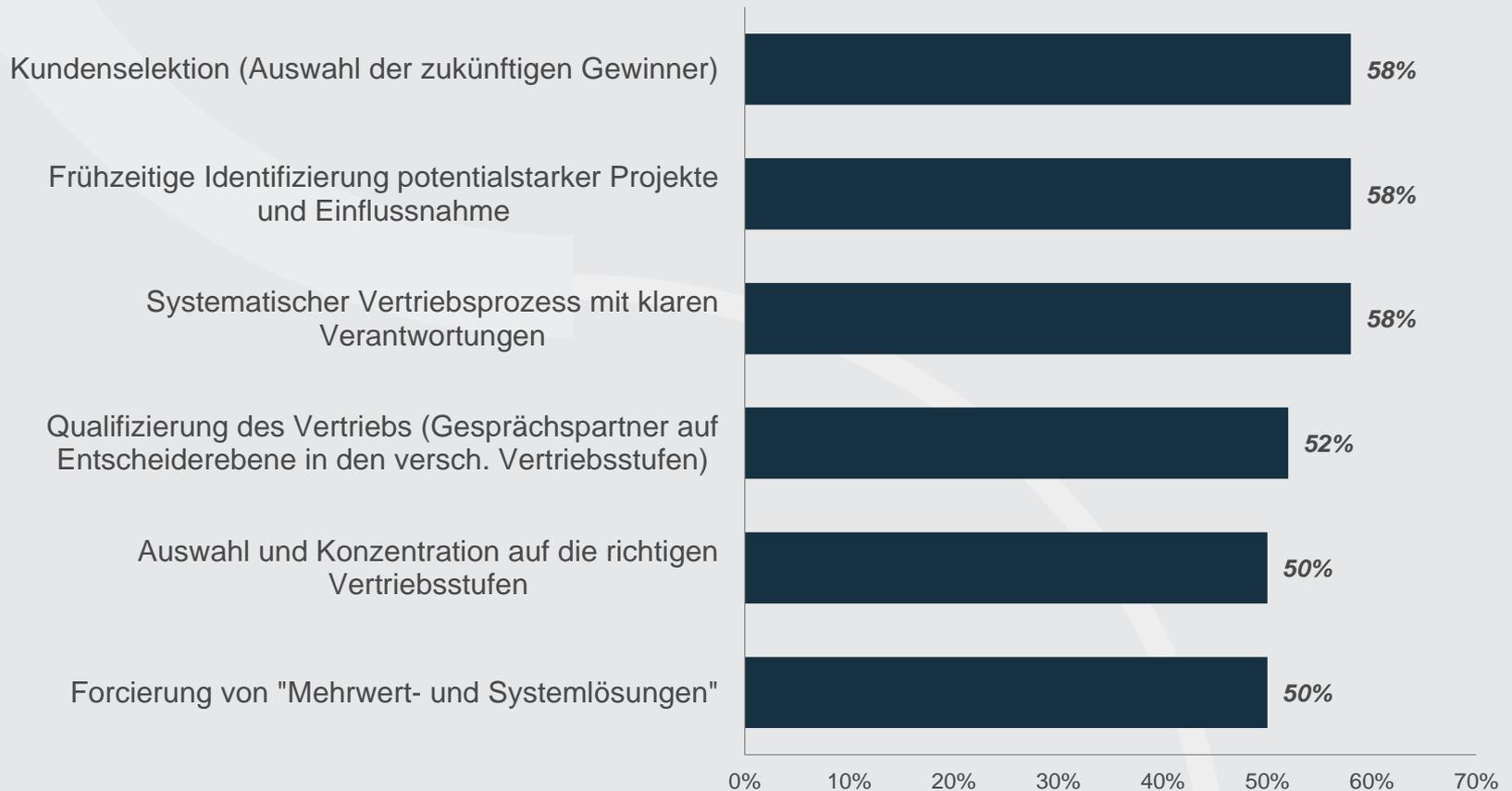
- Erhöhter Wohnraumbedarf schafft neue Absatzpotenziale
- Neue Technik BIM (Building Information Modeling), SMART Home, 3D-Drucker
- Vorvermarktung gewinnt weiter an Bedeutung
- Trend vom „Produkt“ zur „Problemlösung“: Systemketten statt Komponenten
- Höhere Ansprüche der diversen Akteure im Entscheidungsprozess (Services, Apps, etc.)
- Neue (internationale) Marktteilnehmer (z.B. Google Nest)
- Plattformen (z.B. Thermondo) oder Angebote über Amazon führen zu verstärktem Preiswettbewerb



Konsequenzen und Chancen für den Vertrieb

- Fokussierung durch Identifizierung der zukünftigen Gewinner in der eigenen Kundenbasis
- Künstliche Intelligenz im Vertrieb nutzen um Cross-Selling Potenziale zu erkennen
- Anpassung des Verkaufsansatzes auf die verschiedenen Bedürfnisse der Akteure im Entscheidungsprozess
- Ausbau der Vermarktungskompetenz für Service Leistungen
- Intensiver (Preis-) Wettbewerb – > Value Selling statt Dauerrabatt Aktionen
- Höhere Führungsanforderung: Frontline Manager als Strategieerklärer und – implementierer

58% sehen die Auswahl der zukünftigen Gewinner auf der Kundenseite als wichtigste Herausforderung*



*Quelle: Mercuri Studie „Trends im Vertrieb der Bauindustrie“

Projektbeispiel: Optimierung der Vertriebssteuerung zur effizienten Markt- und Kundenbearbeitung

Das Unternehmen

... ist einer der größten europäischen Hersteller von Bitumen-Dachbahnen und einer der führenden Dachbaustoff-Produzenten weltweit.

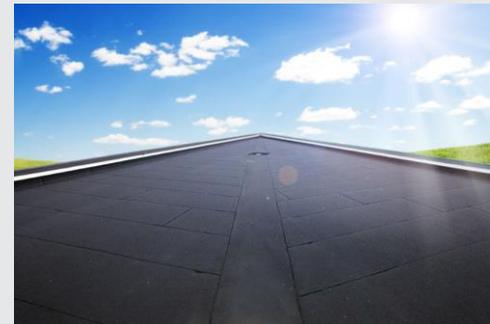
... ist heute in mehr als 35 Ländern rund um den Globus führend in Qualität und Technik. Mehr als 3.500 Mitarbeiter erwirtschaften einen Umsatz von über € 1 Mrd..

Die Herausforderung

- Signifikante Erhöhung des EBITA in 3 Jahren.
- Schaffung einer Transparenz der „Black Box“ Vertrieb auf internationaler Ebene.
- Etablierung von Vertriebskennzahlen zur besseren Steuerung des Vertriebs zur Aktivierung der Marktpotenziale.
- Multiplizieren von „Best Practices“ in Europa.

Die Vorgehensweise

- Vertriebsanalysen in 13 Geschäftseinheiten in Europa.
- Entwicklung von Vertriebsprozessen und Management-Werkzeugen (Management Toolbox).
- Definition von relevanten KPIs zur Steuerung des Vertriebs auf unterschiedlichen Managementebenen (lokal bis zentral).
- Qualifizierung des Managements in der Vertriebssteuerung und Nutzung der Werkzeuge.



Relevante vertriebliche Erfolgsfaktoren:

Vertriebsprozesse

Vertriebssteuerung

Vertriebstools

Managementkompetenz

Projektbeispiel: Design und Umsetzung eines Trainingsprogramms für eine firmeneigene Vertriebsakademie

Das Unternehmen

... ist mit über 200 Produktionsstandorten in 30 Ländern der größte Ziegelproduzent weltweit und führend bei Tondachziegeln und Betonsteinen.

Die Herausforderung

- Marktführerposition halten und ausbauen.
- Neue Kunden-Zielgruppen individuell ansprechen.
- Globalen Vertrieb mit einem Value-Selling Konzept auf Anforderungen veränderter Marktbedingungen neu einstellen.

Die Vorgehensweise

- Entwicklung und Durchführung individueller Trainingsprogramme mit jeweils zwei Modulen für Sales und Management (Verkaufs-/Planungskompetenz und Management-/Coachingkompetenz).
- Workshops mit Einzelarbeiten, Gruppenarbeiten, detaillierten kundenspezifischen Fallstudien und Rollenspielen.
- Entwicklung eines Selbstlern-Logbuchs für die Teilnehmer zur nachhaltig erfolgreichen Umsetzung der Trainingsinhalte.
- Roll out von Sales Performance Coaching durch Sales Manager.



Relevante vertriebliche Erfolgsfaktoren:

Verbesserung der
verkäuferischen Effektivität
und Effizienz

Positionierung als
Value Partner
im gesamten Kundenportfolio

Verkauf auf Entscheider-Level

Projektbeispiel: Design und Umsetzung eines Trainingsprogramms für eine firmeneigene Vertriebsakademie

Das Unternehmen

... ist ein international tätigen Hersteller von Schließlösungen und Sicherheitssystemen für Schutz, Sicherheit und Komfort im Gebäude.

Die Herausforderung

- Die zunehmende Bedeutung und Komplexität des Objektgeschäfts erforderte eine Neudefinition des Verkaufsprozesses im Objektmanagement.
- Systematische Identifizierung und Qualifizierung der Verkaufschancen im Objektgeschäft.
- Koordinierte Betreuung der verschiedenen Verkaufsstufen und Prozess-Schritte durch das Kundenvertriebsteam.
- Definition von KPIs je Prozess-Stufe.
- Anpassung des CRM-Systems an den Verkaufsprozess Objektmanagement.
- Koordination der Kommunikation im eigenen Vertriebsteam und gegenüber Entscheidern auf Kundenseite.

Die Vorgehensweise

- Moderation von Brown-Paper-Prozess-Workshops zur Erarbeitung und Darstellung des Verkaufsprozesses Objektmanagement.
- Briefing der Verkaufsleiter zur Nutzung des Verkaufsprozesses als Führungsinstrument.
- Qualifizierung der Verkaufsmannschaft zur Umsetzung des Verkaufsprozesses und gezielten Kommunikation in den einzelnen Kundenkontaktstufen.



Relevante vertriebliche Erfolgsfaktoren:

Optimierung Kundenansprache

Vertriebsprozess-Optimierung

Beziehungsmanagement

Vertriebsführung

Vertriebssteuerung durch
CRM und KPIs

Ausgewählte Kunden Bauindustrie



Referenzen

FESTOOL

Kalina Kümmerle
Manager Strategic
Sales Projects

„Festool ist ein Premium-Hersteller für hochwertige Elektro- und Druckluftwerkzeuge, die von professionellen Handwerkern in den Bereichen Holz, Maler und Automotive eingesetzt werden. Im Rahmen unseres Sales Excellence Programms haben wir uns zum Ziel gesetzt, ein international standardisiertes Trainingsprogramm entlang unseres Vertriebsprozesses einzuführen. Zusammen mit Mercuri haben wir dafür ein Trainingsprogramm entwickelt, welches zwischenzeitlich in 20 Ländern umgesetzt wird. Für uns war dabei besonders wichtig, dass das Trainingsprogramm Festool-spezifisch (also nicht „off-the-shelf“) ist und dass es sowohl Trainings für die Vertriebsmitarbeiter als auch für die Führungskräfte umfasst. In Mercuri haben wir einen tollen Partner gefunden, der diese Anforderungen konsequent umsetzt. Dadurch, dass Mercuri die Trainings sehr stark auf unsere Bedürfnisse abgestimmt hat, haben diese eine hohe Relevanz für die Teilnehmer und sie fühlen sich abgeholt und sind offen Neues zu lernen. Dies spiegelt sich in den Trainingsergebnissen und dem Feedback der Kollegen wider. Wir sind mit der Zusammenarbeit mit Mercuri sehr zufrieden und freuen uns auf weitere Trainings in der Zukunft.“



Thomas Hildenbrandt
Leiter Vertrieb
Profile Inland

„Für die VEKA AG, Marktführer im Bereich Fensterprofile, hat sich „Six Battlefields“ als sehr erfolgreicher Ansatz erwiesen, die eigene Position gegenüber verschiedenen Wettbewerbern detailliert und sehr strukturiert zu analysieren. Mercuri International hat uns erfolgreich dabei unterstützt, unsere eigenen USPs deutlich herauszuarbeiten, so dass wir unsere Kunden – fokussierter als bislang – mit entscheidenden und klaren Argumenten für unsere Produkte und Services überzeugen können. Die in diesem Kontext mit MERCURI entwickelten und mit den Teilnehmern trainierten Gesprächskonzepte sind nachhaltig bei unserem Sales Team verankert: Unsere „Six Battlefields“ befinden sich nach einem Jahr nach dem Training weiterhin unter kontinuierlicher Beobachtung und Monitoring. Das Konzept unterstützt unser Team wirkungsvoll dabei, gerade auf einem sich dynamisch verändernden Markt seine Gesprächsführung und Argumentationen stets pointiert auszurichten: Auf die im Wettbewerbsvergleich ausschlaggebenden, relevanten Vorzüge der VEKA-Produkte und -Services.“

Referenzen



Christoph Döpke
Abteilungsleiter
Human Resources

„Gemeinsam mit Mercuri International haben wir erfolgreich unsere neue Preisstrategie im Markt implementiert. Durch die Kombination von blended learning Elementen, Involvierung der direkten Führungskräfte über alle Stufen und maßgeschneiderte Umsetzungsworkshops wurde die Nachhaltigkeit deutlich gesteigert. Ausschlaggebend für die Zusammenarbeit mit Mercuri ist deren kompetente und praxisorientierte Vorgehensweise bei der Umsetzung.“



Udo Schmitz
Leiter Personal

„Die Zusammenarbeit mit Mercuri besteht nunmehr seit fast zehn Jahren. Als wir unsere Sales Force seinerzeit aufrüsten wollten, ging es uns um mehr als „ein weiteres Verkaufstraining“. Uns hat überzeugt, dass Mercuri vor dem ersten Training sehr intensiv die Rahmenbedingungen und die Besonderheiten unserer Branche analysiert und maßgeschneidert in das Trainingskonzept integriert hat. Die Trainings bekommen dadurch eine echte Nähe zu unseren Marktherausforderungen, und sie werden relevant. Neben der Vermittlung von Selling Skills sind die Trainingsmodule so konzipiert, dass unsere Vertriebsmitarbeiter konkret erlebte Situationen einbringen können und interaktiv -fast wie „im echten Leben“- durchspielen können. Das Feedback unserer Sales Force bestätigt die Richtigkeit unserer Wahl. Selbst Mitarbeiter, die zuvor schon zahlreiche Trainings absolviert hatten, waren begeistert. Die Rückmeldungen zu den Trainings von Mercuri sind ausnahmslos positiv.“



David Varey
Manager Central
Commercial Business

„The objective was to keep and maintain market position by enhancing the skills of the sales people to manage different stakeholders. The program has now been rolled out in 15 countries. In each country where it has been introduced Velux see a positive impact on their business with an increasing market share. “This very specific approach has had a very high impact and a high value to us.”

Mercuri International im Überblick

Daten

Mitarbeiter	500 +
Länder	50 +
Blended Learning	100%
Kundenspezifisches Design	10% – 100%
Kundenzufriedenheit	98%
Teilnehmerzufriedenheit	94%

Jedes Jahr ...



18 000 +
WORKSHOPS



250 000 +
TEILNEHMER



5 000 +
KUNDEN

„Call to Action“

Die Bauwirtschaft bleibt attraktiv. Experten gehen von einem weiteren Wachstum von ca. 1,5 % p.a. bis 2020 aus. Gleichzeitig erhöht sich jedoch die Veränderungsdynamik.

Lassen Sie uns darüber sprechen, wie Sie Sales Excellence in Ihrem Vertrieb sichern bzw. ausbauen, zum Beispiel durch



Gewinnen von neuen Kunden



Ausschöpfen von Cross-Selling Potenzialen



Durchsetzen von höheren Preisen



Erfolgreiche Einführung von neuen Produkten



Verbesserter „Onboarding“-Prozess der neuen Mitarbeiter



Optimale Organisationsstruktur und Prozesse



Strategiekonforme Entlohnungs- und Steuerungssysteme



Modernes Sales Management



David Kirchmann

Head of Market Development

Mercuri International
Deutschland GmbH
Theodor-Hellmich-Straße 8
40667 Meerbusch

+49 (0) 2132 9306 38
david.kirchmann@mercuri.de

A man in a dark suit is captured in profile, running up a set of wide, light-colored stone steps. He is positioned on the left side of the frame, moving towards the right. The background is a large, light-colored concrete wall with a grid of small, circular indentations. A dark blue square is overlaid on the wall, containing the text 'MERCURI international' in white. The overall scene conveys a sense of motion and professional energy.

MERCURI
international