



**MERCURI**  
international



Verkaufskompetenzen mit  
Produktwissen  
zusammenbringen

## Experten Interview – Jens Kramer – Manager Learning & Development Sales and Service Sales bei GEA



“Die Kombination aus verkäuferischen Fähigkeiten und Produktwissen erreichen wir auch dadurch, dass wir die Trainings mit einem Vertriebsexperten (entweder ein Mercuri Trainer oder GEA Vertriebsexperten mit Trainingserfahrung) und einem Produktexperten aus der Division gemeinsam durchführen.“

GEA ist einer der größten Systemanbieter für die nahrungsmittelverarbeitende Industrie sowie für ein breites Spektrum weiterer Branchen. Das international tätige Technologieunternehmen konzentriert sich auf Maschinen und Anlagen sowie auf Prozesstechnik und Komponenten. Darüber hinaus bietet GEA nachhaltige Lösungen für anspruchsvolle Produktionsverfahren in unterschiedlichen Endmärkten und hält ein umfassendes Serviceportfolio bereit.

1

### *Wie entstand die Idee für das Product Sales Training?*

Wir sind ein Unternehmen mit enorm vielen Produktbereichen. Unser Portfolio ist in 5 Divisionen unterteilt und hat dadurch eine hohe Komplexität. Allein für den Produktbereich Zentrifugen bedient GEA 3.000 Anwendungen mit entsprechenden Produkten. Dazu kommt eine Reihe von Serviceprodukten, die das Portfolio abrunden. Für den regionalen Verkäufer kann diese Komplexität überwältigend sein zumal gerade in kleineren Märkten eine Reihe verschiedener Lösungen durch einen Verkäufer bedient werden sollen. Dazu kommt, dass die bisherigen Produktschulungen eher technisch orientiert waren und gerade unerfahrenen Verkäufern wenig Hilfestellung beim Verkauf der Produkte und Lösungen gegeben haben.

Gemeinsam mit Mercuri haben wir deshalb überlegt, wie ein Format aussehen könnte, dass vorhandene Verkaufskompetenzen mit Produktwissen zusammenbringt und die Frage beantwortet, wie konkrete GEA Lösungen verkauft werden können.

2

*Wie arbeitet GEA mit Mercuri zusammen?*

Wir arbeiten mit Mercuri International seit 2015 intensiv am Aufbau und der Umsetzung eines umfassenden Sales Training Programms. Dieses beinhaltet eine Reihe von Trainings für verschiedene Kompetenzebenen und Zielgruppen im Vertrieb mit dem Ziel einheitliche Standards zu etablieren und Verkaufskompetenzen zu entwickeln.

Wir haben in der Entwicklung mit einem „Core“-Training begonnen und decken inzwischen Themen wie Value Selling, Opportunity Management oder Führung im Vertrieb ab. Darüber hinaus bieten wir mit Mercuri auch Trainings für unsere Servicetechniker an, die eine wichtige Schnittstelle zu unseren Kunden darstellen.

Die ursprüngliche Idee war es, diese Trainings in verschiedenen Sprachen in verschiedenen Regionen mit gemischten Gruppen aus den unterschiedlichen Geschäftsbereichen durchzuführen. Auf Anforderung unserer Landesvertriebsgesellschaften organisieren wir aber natürlich auch landesspezifische Trainings.

3

*Wie wichtig sind Produkte und Innovationen für GEA?*

Die GEA hat sich aktuell noch einmal neu ausgerichtet und der Fokus liegt jetzt noch stärker auf der Technologie und dem Anspruch technologisch führend in unseren Lösungen zu sein. Daran erkennt man schon, dass Innovation und Produktverkauf eine wichtige Rolle für GEA spielt.

4

*Wie sieht der Prozess bei Produkteinführungen aus?*

Wir haben bei der GEA einen Product Launch Prozess definiert, der über verschiedene Schritte alle relevanten Funktionen mit ihren Verantwortlichkeiten beschreibt. Dazu gehören natürlich Entwicklung und Produktgruppenmanagement aber auch Produktion und Supply Chain Management, sowie Vertrieb und Service. Der Prozess wird getrieben durch Produktgruppenmanagement und Produktentwicklung. Ergebnis dieses Prozesses ist unter anderem eine Product Road Map, welche die Vermarktung der Lösungen im Einzelnen beschreibt.

5

*Welche Herausforderungen ergeben sich bei der Einführung neuer Produkte?*

Eine große Herausforderung liegt in der Zusammenarbeit vieler unterschiedlicher Bereiche. Dabei gilt es unterschiedliche Perspektiven, Zielsetzungen und Kulturen zusammenzubringen. Darüber hinaus können die einzelnen Akteure auch regional weit auseinandersitzen.

Auf der anderen Seite ist die Übersetzung der Product Road Maps in Vertriebsaktivitäten erforderlich. Unsere neue Organisation ermöglicht es den Divisionen, stärker in die Steuerung der lokalen Vertriebsressourcen einzugreifen, aber auch dann gibt es immer noch eine Herausforderung bei den Kompetenzen der Verkäufer. Dort können wir mit dem Product Sales Training ansetzen – Verkaufskompetenzen mit Produktwissen zusammenbringen.

6

### *Was sollte inhaltlich aus Ihrer Sicht Teil des Product Sales Trainings sein?*

Wir haben die Themen im Product Sales Training, entsprechend der Vorgaben aus dem Marketing und dem Produktmanagement in drei Bereiche aufgeteilt:

- „What to sell?“ – Was sind die Bestandteile der Lösung und wie fügen sie sich in die Anwendungen unserer Kunden ein?
- „Who to sell to?“ – Welche Marktsegmente wollen wir mit dieser konkreten Lösung angehen? Wie sieht die Buying Journey unserer Kunden bezogen auf die spezifische Lösung aus und welche Stakeholder sind im Entscheidungsprozess aktiv?
- „How to sell?“ – Wie können wir den Entscheidungsprozess unserer Kunden beeinflussen und Bedarf generieren, uns von unseren Wettbewerbern absetzen und den Mehrwert der GEA Lösungen für unsere Kunden verständlich darstellen.

Wir benutzen dabei die gleichen Inhalte, die unsere Verkäufer aus den Trainings zum Thema Value Selling kennen und helfen ihnen dabei die erlernten Fähigkeiten auf eine konkrete Produkt-Markt-Kombination anzuwenden.

7

### *Was empfehlen Sie für die Umsetzung?*

Unsere Erfahrung zeigt, dass es wichtig ist, einen konkreten Anwendungsfall, d.h. eine konkrete GEA Lösung in einem Markt, zu thematisieren. Das erhöht einerseits den Praxisbezug der Trainings macht es andererseits aber auch möglich das Training als Auftakt einer Verkaufsinitiative zu gestalten und entsprechend nachzuverfolgen. Bereits im Training sollten mit Hilfe der verantwortlichen Verkaufsleiter (Head of Sales,

Managing Director) mögliche Zielkunden und Aktivitäten zur Umsetzung festgelegt werden. Danach finden wir es wichtig, die Durchführung dieser Aktivitäten nachzuverfolgen und weiter zu unterstützen. Deswegen spielt die Zusammenarbeit zwischen Division und Region auch eine wichtige Rolle in unserem Product Sales Training Konzept.

Die Kombination aus verkäuferischen Fähigkeiten und Produktwissen erreichen wir auch dadurch, dass wir die Trainings mit einem Vertriebsexperten (entweder ein Mercuri Trainer oder GEA Vertriebsexperten mit Trainingserfahrung) und einem Produktexperten aus der Division gemeinsam durchführen. So können wir alle relevanten Fragen bereits im Training adressieren. Nach dem Training werden die vereinbarten Aktivitäten durch die Produktexperten gemeinsam mit den regionalen Vertriebsverantwortlichen umgesetzt und weiterentwickelt.

8

### *Welche Erfolge haben Sie erreicht?*

Zunächst lässt sich sagen, dass wir durch die definierten Zielkunden und Vertriebsaktivitäten es schaffen unseren Vertrieb pro-aktiver zu machen. Wir erreichen dadurch bessere Ergebnisse, indem wir einerseits mehr Verkaufschancen kreieren und diese andererseits aber auch besser durch die Pipeline zu bringen.

Ein schöner Nebeneffekt der Maßnahme ist die Tatsache, dass wir als global agierendes GEA Learning Center uns durch das Product Sales Training sehr klar als Partner für den Vertrieb positionieren können. Wir werden vom Trainingsanbieter zum Lösungspartner für die Herausforderungen im GEA Vertrieb..