

# MP3 statt Aktenordner

## Opel nutzt Podcasts zur Vertriebsqualifikation – Zusätzliche Verkäufe

Jens Dralle

Automobilwoche, 10.9.2007

**Rüsselsheim.** Um die Leistung seiner Verkäufer zu steigern, setzt Opel auf Podcasts zur Vertriebsqualifikation. „Opel hat festgestellt, dass die Nachhaltigkeit der bei Verkäuferschulungen ausgegebenen Unterlagen nur sehr kurz ist“, erklärt Gerard von dem Bongart, Inhaber des mit der Durchführung der neuen Schulungsmaßnahmen beauftragten Beratungsunternehmens V-Max. Zudem würden die vermittelten Inhalte im Verkäuferalltag kaum umgesetzt. Daher erstellt V-Max nun einmal pro Woche zu den von Opel und den Vertriebspartnern gewünschten Themen rund zehnmütige Audio-Aufzeichnungen, die als MP3-Datei per E-Mail an die teilnehmenden Verkäufer versendet werden. Dabei werden den Nutzern Argumentationshilfen, Produktneuheiten sowie Verkaufs- und Arbeitstechniken an die Hand gegeben. Opel will die Vertriebspartner so nicht nur dabei unterstützen, Neukunden zu gewinnen, sondern auch dabei, die Kundenzufriedenheit zu verbessern. „Bei von unabhängigen Institutionen durchgeführten Testkäufen haben wir nur mittelmäßig abgeschnitten“, weiß Michael Hatz, Leiter GM Training Deutschland.

In einem ersten Pilotprojekt haben sich 150 Verkäufer von 50 Autohäusern registriert. „Rund 30 Prozent der Teilnehmer haben bestätigt, dass sie durch die Podcasts zusätzliche Verkäufe generieren konnten“, sagt Hatz. Inzwischen lassen sich 1200 Verkäufer aus 254 Handelsbetrieben mit den Podcasts versorgen. „Selbst wenn von vier dargebotenen Argumenten nur zwei vom Verkäufer aufge-



FOTO: KEYSTONE

**Opel-Verkäufer:** Die wöchentlichen Podcasts sollen bei der Argumentation für Opel-Produkte gegenüber den Kunden hilfreich sein.

nommen werden, verdoppeln sich die Chancen auf einen Vertragsabschluss“, ergänzt von dem Bongart. V-Max fragt die Teilnehmer regelmäßig nach ihren Erfahrungen und nach Themen, die von besonderem Interesse sind. Die Rückmeldungen aus dem Vertrieb fließen dann in kommende Beiträge ein. „So kann auch der Hersteller vom Handel lernen und wir können die Sendungen besonders praxisnah gestalten“, erläutert von dem Bongart.

### Ausweitung geplant

Natürlich gebe es einige Verkäufer, die ihr Erfolgsrezept nicht mit ihren Kollegen teilen möchten – zunächst. „Durch Belobigungen für gute Leistungen und persönliche Interviews, die wir dann verbreiten, packen wir die Leute bei ihrer Eitelkeit“, verrät von dem Bongart. Ein weiterer Vorteil der Audiodateien: Sie können nicht nur am Arbeitsplatz, sondern auch unterwegs gehört werden. Die technischen Voraussetzungen

dafür muss der Teilnehmer selbst schaffen, diese beschränken sich jedoch im Wesentlichen auf die Installation eines MP3-Abspielprogramms auf dem Computer am Arbeitsplatz. Für die Nutzung außerhalb des Büros wird zusätzlich ein mobiles MP3-Abspielgerät benötigt. Hatz sagt, dass „die Altersgruppe bis 50 sehr gut mit der Technik zurechtkommt“. Zudem glaubt Hatz, mittelfristig 100 Prozent des Vertriebsnetzes zur Teilnahme bewegen zu können, da „wir wissen, dass schon ein Großteil der Verkäufer mit den Podcasts regelmäßig arbeitet“.

GM Training Deutschland möchte die Podcasts ausweiten und künftig auch beispielsweise gezielter auf regionale Unterschiede bei den Sendungen eingehen. Auch sogenannte Vodcasts, also kurze Video-Beiträge, sind angedacht, allerdings erst „als nächster Schritt“, so Hatz. Positiver Nebeneffekt der Podcasts: „Gemessen an unserem Trainingsbudget ist der Aufwand für die Podcasts relativ gering“, sagt Hatz.