



Sales Performance Assessment

White Paper

***zum Thema Sales Performance durch
ein gezieltes Leistungsassessment***

Helmut Stang

HS_Vision



Sales Performance

Wachstumsplanungen liegen oft bei 20% p.a. und mehr! Im Gegensatz dazu: seit Jahren sinkende Quotenerfüllung, konstant rückläufige Prognosezuverlässigkeit und Abschlussquoten. Und trotz dessen steigt Jahr für Jahr die Zielvorgabe!

Ich brauche ein Werkzeug, um die Sales Performance zu steigern und Wachstum sicher zu erreichen!

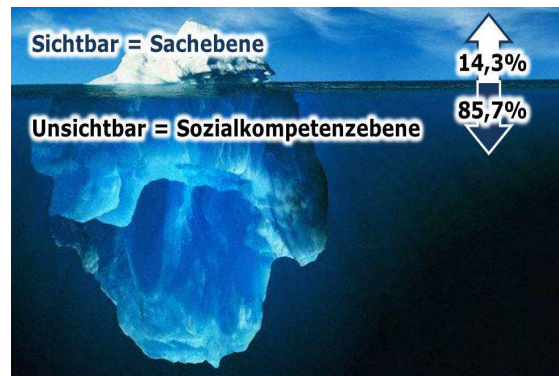
Sales Managern haben nur einen Wunsch: endlich ein Tool zu besitzen, mit dem sie die Planung mit der Realität vereinen können! Dieser Wunsch wird mit dem **S**ales **P**erformance **A**ssessment erfüllt. Es ist in Zusammenarbeit mit Sales Managern in verschiedenen Industrien und unterschiedlichen Unternehmensgrößen entstanden und in der Praxis verifiziert. Es ermöglicht in drei Schritten Lücken und Schwächen aufzudecken und Lösungen und Vorgehensweisen zur gezielten Sales Performance Steigerung zu entwickeln.

Das Dilemma: Sales Organisationen sind heute durch Sales Force Automation und andere Werkzeuge so zahlengetrieben, dass der Blick für die Realitäten etwas aus dem Blickfeld verschwunden ist.

Zur Erläuterung nutze ich das Eisberg Modell. Rund 14% eines Eisbergs sind über der Wasseroberfläche sichtbar. Fachleute nennen diesen Teil übersetzt: ‚Sachebene‘ – im Vertrieb: die realen Zahlen!

Der unsichtbare Teil des Eisbergs mit knapp 86% liegt unter der Wasseroberfläche. Dieser Teil wird ‚Sozialkompetenzebene‘ genannt und in der Leistungsbeurteilung gerne ausgeblendet!

Die ‚realen Zahlen‘ sind aber das Ergebnis der Fähigkeiten auf der Sozialkompetenzebene! Daher finden wir die Leistungsbremsen und ungenutzten Potenziale am ehesten im Unsichtbaren!



Die Titanic kollidierte am 14. April 1912 mit dem unsichtbaren Teil eines Eisbergs und sank!



Was bremst Sales Performance?

Wenn die harten Zahlen auf der Sachebene nicht den Erwartungen entsprechen, wird es Zeit einen Blick auf die weichen (unsichtbaren) Faktoren zu richten. Die Praxis des Sales Performance Assessments hat Sales Managern gezeigt, dass die Ursachen sehr häufig in mangelnden Sozialkompetenzen – oder auch Fähigkeiten genannt – zu finden sind, die das Geschehen und den Erfolg beim Kunden beeinflussen.

Das Sales Performance Assessment (SPA) bewertet 12 Fähigkeiten, die Sales Manager in Ihrer Praxis als unerlässlich betrachten, weil sie zu quantifizierbarem Wachstum führen.

Eine klare und kommunizierte Beschreibung der Fähigkeiten hilft, die Verhaltensweisen in den Fähigkeiten beobachtbar in die Praxis zu transferieren. Sales Manager können so Verhalten beurteilen, Feedback und Hinweise zur Optimierung geben und die Punkte ansprechen, die die Sales Performance bremsen. Das Assessment unterstützt den Sales Manager und die Vertriebsmitarbeiter gemeinsam Potenziale zur kontinuierlichen Verbesserung zu finden und nutzbar zu machen.

Die 12 wichtigen Fähigkeiten:

Marktorientierung	Mitarbeiter / Team kennt das Marktpotenzial und ist fokussiert
Kundenkenntnis	Kennt die Bedürfnisse und Kundenziele im Detail
Kundenorganisation	Kennt und hat Zugang die entscheidenden Personen
Kaufprozess	Kennt Entscheidungsprozess und Ablauf
Lösungsorientierung	Deckt den gesamten Kundenbedarf und entwickelt zusätzlichen Bedarf
Mehrwertverständnis	Erarbeitet mit dem Kunden den einmaligen Mehrwert der Lösung
Profitorientierung	Arbeitet nicht über den Preis, sondern positioniert und differenziert
Leistungsorientierung	Mitarbeiter will Vorgaben erfüllen und arbeitet an seinen Fähigkeiten
Effizienz	Arbeitet darauf hin, mit einem Auftrag die Quote zu erfüllen
Effektivität	Bereitet Meetings so vor dass er dann sofort zum Auftrag kommt
Aufgaben und Fähigkeiten	Mitarbeiter verfügt über die Fähigkeiten und kann Aufgabe erfüllen
Entwicklungswillen	Der Mitarbeiter will sich durch Eigeninitiative kontinuierlich verbessern

Die 12 Fähigkeiten repräsentieren nicht nur Anforderungen an eine einzelne Person. Vielmehr kann das Management Team das Assessment auch auf der Unternehmensebene einsetzen und sich selbst kritische Fragen stellen. Letztendlich ist das Sales Performance Assessment ein Werkzeug, das den Kulturzustand eines Unternehmens beschreibt. Eine signifikante Abweichung bei einer Fähigkeit kann schon auf der Unternehmensebene den Unterschied ausmachen! Schnell summiert sich das GAP bis zu 20-30% von der Idealvorstellung und bietet eine Reihe von Verbesserungspotenzialen.



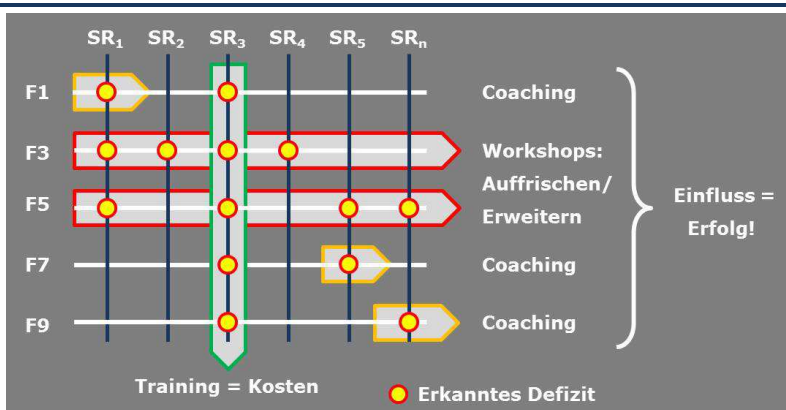
Teampotenziale und Individuelle Potenziale

Sind Fähigkeitendefizite erkannt, ist die nächste Aufgabe, diese durch Maßnahmen zu beseitigen. Die Fragestellung, die jeden Sales Manager bewegt:

***Ich kann es mir nicht leisten, nach dem Gießkannen-Prinzip vorzugehen!
Ich möchte Maßnahmen passgenau bestimmen!***

Ziel ist, Maßnahmen zu definieren, die Einfluss auf den Erfolg haben und gleichzeitig keine Kostenlawine erzeugen. Die Anwendung des Sales Performance Assessment in der Praxis hat gezeigt, dass nicht alle Mitarbeiter die gleichen Defizite zeigen. Die Performance Einzelner kann mit gezielter und fokussierter Unterstützung schnell und effizient gesteigert werden kann. Für gemeinsame Themenblöcke kann in kleinen Gruppen und mit wenig Zeitaufwand eine Optimierung geschaffen werden.

Das Sales Performance Assessment ist prädestiniert die Frage nach den Maßnahmen schlüssig zu beantworten. Die nachfolgende Grafik zeigt repräsentativ, wie der Kosten- / Erfolgsmechanismus sinnvoll



für die Entscheidung zu den optimalen Maßnahmen genutzt werden kann.

Für die Individual / Teamentwicklung werden in der Regel Trainings, Workshops und Coaching genutzt.

Die Auswertung der SPA für mehrere Sales Reps (SR) zeigt, dass es unterschiedliche Defizite bei den Fähigkeiten (F) gibt.

Sales Rep₃ benötigt ein Training, da er in allen Fähigkeitsbereichen Defizite aufzeigt. Bei Fähigkeit 3 (F3) und Fähigkeit 5 (F%) sind gemeinsame Defizite festgestellt. Bei F1, F7 und F9 treten nur individuelle Defizite auf. Ein Training für alle wäre in diesem Fall überdimensioniert und würde u.U. auch nicht zum gewünschten Erfolg führen, weil alle wegen einer Person ‚unnütze Zeit‘ vergeuden und damit demotivierend wirkt.

Für einzelne Fähigkeiten, wie F3 und F5 werden die Defizite gezielt durch Workshops –Auffrischung / Erweiterung von Wissen/Verhalten – aufgearbeitet und mit Lösungen verankert. Individuelle Schwächen in einzelnen Fähigkeiten können am effizientesten und kostengünstigsten durch Coaching eliminiert werden.

Das Sales Performance Assessment liefert also eine gezielte Grundlage für die Team- und Individualentwicklung. Maßnahmen werden auf die Erfordernisse und Ziele abgestimmt. Das berühmte Gießkannenprinzip hat ausgedient.



Zahlen und Fähigkeiten vernetzen?

Sales Manager müssen nach wie vor die harten Faktoren im Auge behalten! Was verständlich ist! Schließlich müssen am Ende des Sales Zyklus nach wie vor Ziele realisiert werden.

Wie kann ich Zahlen und die Fähigkeiten vernetzen?

Gibt es eine Darstellung, wie die Fähigkeiten Performance Indikatoren beeinflussen?

Unternehmen nutzen zu Leistungs- und Wachstumsbestimmung einige wenige Key Performance Indikatoren: meist sind dies Anzahl der bearbeiteten Deals, Auftragsgrößen, Abschlussrate und die benötigte Zeit bis zum Auftrag.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Konnektivität zwischen den Fähigkeiten und den KPIs:

<ul style="list-style-type: none"> • Marktorientierung • Kundenkenntnis • Mehrwertverständnis • Profitorientierung • Leistungsorientierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenkenntnis • Kundenorganisation • Mehrwertverständnis • Lösungsorientierung • Profitorientierung • Effizienz • Effektivität • Leistungsorientierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Marktorientierung • Kundenkenntnis • Kaufprozess • Mehrwertverständnis • Effizienz • Effektivität • Leistungsorientierung 		
# Deals	x	Auftragsgröße	x	Abschlussrate
Zykluszeit				
<ul style="list-style-type: none"> • Marktorientierung • Kundenkenntnis • Kundenorganisation • Mehrwertverständnis • Effektivität • Leistungsorientierung 				

Nicht alle Fähigkeiten haben Einfluss auf jeden Leistungsindikator. Und doch wird deutlich, wie wichtig das Verständnis ist, Verbesserungen gezielt anzugehen. Dahinter steckt die Erfahrung, dass Optimierungen schrittweise besser angenommen werden und zum Erfolg führen.

Und: nicht alle Leistungsindikatoren haben die gleiche Priorität! Es gibt durchaus Unternehmen, die sich nicht über die Menge an Deals beklagen, sondern eher das Auftragsgrößen und Abschlussraten verbessert werden könnten. Auch lässt sich die Zykluszeit vom ersten Kontakt bis zum Abschluss nicht immer reduzieren. Als Zukunftsoption kann sie aber allemal stehen bleiben.



Sales Performance Assessment in der Praxis

Eine der wesentlichen Anforderungen durch Sales Manager:

***Das Tool muss einfach sein! Idealerweise ein DIN A4 Blatt!
Und ich will kein Psychologe sein, um die Ergebnisse zu interpretieren!***

Kein Problem! Die Anwendung des Sales Performance Assessment für Ihr Team oder eine individuelle Person ist simpel und einfach – aber wirkungsvoll!

Die einzige Anforderung: ca. 15-20 Minuten Zeitaufwand bereitstellen!

*Die Bewertung ist einfach: '100' steht für „Prima! Alles so wie es sein soll“ oder auch „Idealbild“.
Je mehr Verbesserungspotenzial Sie sehen und je mehr Abweichungen vom Idealbild sie ermitteln:
umso mehr wandert die Bewertung Richtung '0'.*

Wenn Sie die einzelnen Fähigkeiten bewerten, tun sie dies ehrlich, aber nicht überkritisch. Notieren Sie, welche Eindrücke, Erlebnisse oder Fakten zu Ihrer Bewertung führen. Damit wird aus einem scheinbar subjektiven Eindruck eine nachvollziehbare und objektive Bewertung.

Eine Anmerkung:

Sie werden Potenziale sehen, die Sie mit konkreten Verbesserungsschritten angehen können! Dafür stehen weitere Assessmentwerkzeuge bereit. Damit können Sie den sogenannten "Entwicklungsknoten" detailliert klären, lösen und die nächsten Schritte einleiten.

Starten Sie mit einer Team- oder Gesamtanalyse. Kopieren Sie das Bewertungsblatt und führen Sie dann in einem nächsten Schritt die Bewertung für Ihren Top und Ihren ausbaufähigsten Vertriebsmitarbeiter durch.

Besprechen Sie mit den Mitarbeitern Ihre Bewertung / Beobachtung und holen Sie ein erstes Feedback ein. Fragen Sie, wie die Mitarbeiter die Entwicklungspotenziale selbst beurteilen und was sie als Maßnahmen sehen/vorschlagen oder wie sie vorhandene Lücken schließen würden.

So etablieren Sie das Werkzeug als Instrument für die Entwicklung Ihres Teams zu mehr Sicherheit und Erfolg!

Sind Sie bereit?

Dann blättern Sie weiter!



Ihr Sales Performance Assessment

Bewertungskriterien	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">++</div> <div style="text-align: center;"> <p>Ihre Bewertung</p> <p>←—————→</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">--</div> </div>	Bewertungskriterien											
	Marktorientierung												
Mitarbeiter schöpfen das Marktpotenzial ab	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Mitarbeiter sind nicht an den ‚potenziellen‘ Kunden dran
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			
	Kundenkenntnis												
Mitarbeiter entwickeln gute Beziehungen und verstehen die Bedürfnisse ihrer Kunden	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Mitarbeiter kennen die Kunden nicht wirklich oder verstehen nur die technischen Anforderungen
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			
	Kundenorganisation												
Mitarbeiter erarbeiten sich den Zugang zu Entscheidern	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Mitarbeiter kennen arbeiten bevorzugt mit Bedarfsträgern
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			
	Kaufprozess												
Mitarbeiter kennen den Entscheidungsprozess und die Ziele	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Mitarbeiter kennen den Kaufprozess und die Ziele nicht wirklich
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			
	Lösungsorientierung												
Mitarbeiter erzielen einen guten Produktmix je Auftrag	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Mitarbeiter verkaufen im wesentlichen Einzelprodukte
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			
	Mehrwertverständnis												
Mitarbeiter sind in der Lage den Lösungsmehrwert mit dem Kunden zu erarbeiten	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Mitarbeiter kennen den finanziellen Einfluss der Lösung nicht
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			
	Profitorientierung												
Mitarbeiter erzielen gute Profite und damit finanzielle Vorteile	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Mitarbeiter sind zufrieden mit reduzierten Verdienstmöglichkeiten
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			
	Leistungsorientierung												
Mitarbeiter übertreffen Vorgaben	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Mitarbeiter erreichen die Vorgaben eher nicht
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			
	Effizienz												
Mitarbeiter erfüllen mit einem Auftrag ihre Quote	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Mitarbeiter sind mit vielen kleinen Aufträgen beschäftigt
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			
	Effektivität												
Mitarbeiter holen Auftrag mit einem Kontaktgespräch	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Hoher Aufwand um den Auftrag abzuschließen
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			
	Aufgaben und Fähigkeiten												
Mitarbeiter können mit ihren Fähigkeiten Aufgabe erfüllen	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Lücke zwischen Fähigkeiten und Aufgabenerfüllung
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			
	Entwicklungswillen												
Mitarbeiter sind für neue Ideen offen	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr><td>100</td><td>90</td><td>80</td><td>70</td><td>60</td><td>50</td><td>40</td><td>30</td><td>20</td><td>10</td><td>0</td></tr> </table>	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0	Mitarbeiter stehen neuen Dingen kritisch gegenüber
100	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0			

Summe der Einzelwertungen:

Durchschnittswert (Summe: 12):



Die Auswertung

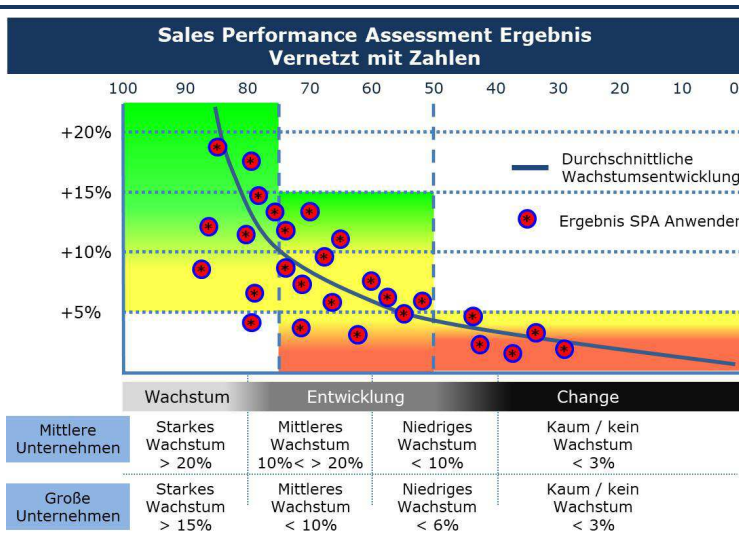
Wachstum	<p>100 – 75</p> <p>Gratulation! Sie sind schon auf dem Wachstumspfad! Ihre Mitarbeiter wissen was zu tun ist und tun es auch!</p> <p>Trotz dessen treibt Sie die Frage um, ob Ihr Team für die Zukunft gerüstet ist?</p> <p>Oftmals ist ein ‚Finetuning‘ – kleine Erweiterungen und Ergänzungen – der Fähigkeiten die ausreichende Taktik um die letzten Prozente zu fördern und zu nutzen!</p>
Entwicklung	<p>75 – 50</p> <p>Mittlere Verbesserungspotenziale</p> <p>Ihre Mitarbeiter wissen eigentlich, was zu tun ist, aber... Tun sie es immer?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Marktumfeld ändert sich und stellt Mitarbeiter vor unerwartete Herausforderungen. • Nutzen wir alle Marktchancen? • Mitarbeiter könnten mehr, wenn sie... • Sie stellen größere Abweichungen zwischen dem vereinbarten Plan und der aktuellen Realität fest. • Die Mitarbeiter sind im Unklaren über die Vorgaben und die Zielerreichung. <p>Etwas ‚Mehr‘ ist erforderlich! Initiativen, Prozess und Methodik ist erforderlich um Strukturen zu schaffen!</p>
Change	<p>50 – 0</p> <p>Hoher Veränderungsdruck – Change</p> <p>Ihren Mitarbeiter fehlen Wissen und das eventuell das Wollen!</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die angewandten Prozesse und Methoden reichen nicht mehr aus, um die Marktpotenziale zu nutzen. • Das Personal wächst nicht mit den Anforderungen mit und Unruhe im Unternehmen führt zu sinkender Produktivität. • Das Team befindet sich in einer gewissen Starre und scheut größere Veränderungen. <p>Hier ist ein grundlegender Wandel zu überdenken. Bis hin zum Faktor: haben wir die richtigen Mitarbeiter? Und dann können Initiativen, Prozesse und Methoden der sinnvolle nächste Schritt sein.</p>



Wachstumsergebnis und Sales Performance Assessment in der Praxis

Praktische Resultate zeigen die Beziehung zwischen dem Ergebnis des Sales Performance Assessment und dem erzielten Wachstum. Unternehmen, die ein Assessmentergebnis von über ,75' erreicht haben, sind schon im Wachstumsmodus und liefern schon Ergebnisse jenseits der 20% Marke.

Unternehmen mit einem Ergebnis zwischen ,50' und ,75' erreichen Wachstumsraten zwischen 5% und 20%. Unternehmen deren Ergebnis unter ,50' liegt, erreichen Wachstumsraten von deutlich unter 10%. Bei beiden Ergebnistypen kommt es darauf an, die Verbesserungspläne längerfristig anzulegen, um mit den Fördermaßnahmen die Wachstumsraten zu steigern und in einer ,zweiten' Welle richtig Gas zu geben.



Die ,Heatmap' zeigt das durchschnittliche Wachstum bezogen auf das Ergebnis des Sales Performance Assessments.

Abweichungen vom Mittel erklären sich mit der ,subjektiven' Beurteilung der Sales Manager und das es nachvollziehbare Gründe für die Ergebnisse gibt. Vor allem dann, wenn es eine größere Anzahl an Mitbewerbern gibt, zeigt sich eine unter dem Durchschnitt liegende Wachstumskurve.

Wobei das Ergebnis dann dazu geführt

hat, das sich die Unternehmen Maßnahmen überlegten, wie die Wettbewerbsfähigkeit der Vertriebsmitarbeiter erhöht werden kann. In Workshops wurde intensiv an Kundenkenntnis, Lösungsorientierung und Mehrwertverständnis gearbeitet und neue Vorgehens- und Verhaltensweisen gefunden, die dann über Initiativen in die Praxis umgesetzt wurden. Begleitet durch Performance Parameter war das Ergebnis sichtbar und hat zur Motivationssteigerung beigetragen, was wiederum zu weiteren Optimierungserfolgen führte.

So hat das Sales Performance Assessment als Startpunkt einen erheblichen wirtschaftlichen Nutzen erbracht. Sales Manager setzen das Werkzeug daher kontinuierlich in der Mitarbeiterbeurteilung und Entwicklungsdiskussion ein. Sie haben damit eine Steigerung der Quotenerfüllung realisiert, die Vorhersagegenauigkeit gesteigert und Abschlussquoten verbessert. Alles in allem ergaben sich signifikante Umsatzsteigerungen und eine gesteigerte Profitabilität.



Über Helmut Stang



Helmut Stang ist seit über 30 Jahren in verschiedenen Vertriebsmanagementpositionen tätig und kennt die Herausforderungen in einem intensivierten Wettbewerbsumfeld. Er ist seit 2003 als Trainer, Berater und Coach tätig und hat über 20 Jahre ValueSelling Anwendungserfahrung. Seit 2014 ist er Managing Partner Deutschland bei ValueSelling Associates. Im Team hat er sich darauf spezialisiert, mit Kunden Konzepte für Sales Performance zu entwickeln und zu implementieren. Weiterhin beschäftigt er sich mit der Stärkung von Persönlichkeit und Kommunikationskompetenz im Kundendialog.

Über das Sales Performance Assessment

Das Performance Assessment Vertrieb wurde inspiriert durch das Change Pressure Barometer® der Deutsche Trainer- und Führungskräfte Akademie dta in Hamburg, an deren Ausbildung zum Performance Consultant Helmut Stang erfolgreich teilgenommen hat. HS_Vision dankt der dta für die freundliche Genehmigung der Nutzung der Idee des Change Pressure Barometer® im Rahmen des Sales Performance Assessment.

Über HS_Vision

HS_Vision ist zertifizierter Partner von ValueSelling Associates. Gegründet 2003 hat sich das Unternehmen mit Beratung, Training und Coaching in einem breiten Kundenspektrum etabliert und dafür gesorgt, dass die Leistung messbar und nachhaltig gesteigert wird. Anforderungen und Entwicklungspotenziale werden gemeinsam im Detail untersucht und praktikable Lösungen erarbeitet. Die genutzten Werkzeuge, Methoden und das breite Wissen sind praxiserprobt. Projekte begleitet HS_Vision über Monate oder sogar Jahre hinweg.

Copyright © 2017 HS_Vision – alle Rechte vorbehalten.