



# Die verstehen Ihr Geschäft

## Initiative zur Ausbildung von Vertriebsfachleuten

Nach einer Vertriebsausbildung, die Theorie und Praxis geschickt verband, sind bei den MuM-Partnern neue Fachleute unterwegs. Der Vorteil für CAD-Interessenten und Kunden: Die neuen Ansprechpartner können sie über die passenden Softwarelösungen ebenso kompetent beraten wie zu Fragen der Finanzierung. Die Idee für diese Ausbildung stammt von MuM; am Gelingen der Aktion waren darüber hinaus die CONVENDO Akademie für Vertrieb und MuM-Partner in ganz Deutschland beteiligt.

Qualifiziertes Personal für den Vertrieb technischer Lösungen zu finden, ist schwierig. Auch die MuM-Partner litten (und leiden noch) am Fachkräftemangel. Um die Partner nachhaltig zu unterstützen, hat MuM im Oktober 2006 die Initiative „Will for Skill“ ins Leben gerufen. „Will for Skill“ umfasst die Rekrutierung und Ausbildung von Berufsanfängern und Quereinsteigern mit technischem Hintergrund.

### Harte Selektion

Technisches „Flair“ allein genügt nicht – um Kunden zu beraten und Produkte zu verkaufen, muss man die Probleme des Kunden verstehen und Lösungen für komplexe Aufgaben entwickeln können. Ob Bewerber diese Fähigkeiten besitzen, wurde im Januar in mehreren Assessment Centern in Frankfurt und München geprüft. Geeignete Bewerber schlossen mit „ihrem“ Vertriebspartner einen Arbeitsvertrag, und

am 2. Februar startete für 14 Damen und Herren die Ausbildung zum Vertriebsfachwirt CAV.

### Kompetenz fällt nicht vom Himmel

Wer CAD- und Datamanagement-Lösungen vertreibt, muss hinhören und gute Antworten geben können. Potenzielle Anwender sind heute gut informiert, sie kennen unterschiedliche Technologien und in vielen Fällen auch die Möglichkeiten und Grenzen einzelner Produkte. Sie suchen eine langfristige Beziehung zu ihrem CAD-Lieferanten, wünschen sich eine echte Partnerschaft. Der Vertriebsfachmann muss die Sprache des Kunden sprechen – und Architekten „klingen“ anders als Hersteller von Spritzgussmaschinen. Er braucht kommunikative Fähigkeiten und muss mit seiner Persönlichkeit überzeugen. Diese Kompetenzen zu vermitteln, war das Ziel der Ausbildung.

### 15 Wochenenden „Theorie“

Die Anforderungen waren hoch: Vom 2. Februar bis zum 2. Juni gab es nur ein einziges freies Wochenende – an den übrigen Freitagen und Samstagen wurde die Schulbank gedrückt. Auf dem Ausbildungsplan standen Persönlichkeitsentwicklung, Vertriebsmethodik, Betriebswirtschaft und Branchen-Know-how. Dazu kam ein Praxisprojekt, das die künftigen Vertriebsfachwirte bei ihrem Arbeitgeber umsetzen mussten. Die Ausbildung endete am 2. Juni 2007 mit einer schriftlichen Prüfung, einem Interview und einer Abschlusspräsentation.

### Es hat sich gelohnt

Oliver Wienand hat durchgehalten – nicht zuletzt dank der intensiven Unterstützung durch seinen Arbeitgeber, die At Work GmbH in Osnabrück. Sein Kommentar: „Mein Start in den Vertrieb von Autodesk-Produkten steht auf solidem Fundament. Bei meinem Arbeitgeber hat mich das erfahrene Team aus Vertriebsmitarbeitern und Application Engineers bei allen Praxisfragen 100%ig unterstützt. Gleichzeitig konnte ich an den Ausbildungswochenenden theoretisches Rüstzeug erarbeiten, das ich unter der Woche direkt ausprobieren und in die Tat umsetzen konnte. Die Bausteine der CONVENDO-Schulung kombiniert mit der Professionalität meiner Kollegen bei der At Work GmbH – besser geht es nicht.“

Sein Chef, Andreas Michels, gibt das Lob gerne zurück: „Herr Wienand konnte sich durch die mit dem Tagesgeschäft verzahnte Ausbildung in auffallend kurzer Zeit zu einem allseits akzeptierten und effizienten Mitarbeiter entwickeln.“

### Fortsetzung folgt

Nach dem großen Erfolg plant MuM zusammen mit der CONVENDO Akademie für Vertrieb einen weiteren Rekrutierungs- und Ausbildungsgang im Herbst dieses Jahres.