

Die Performance der einzelnen Unternehmen bewegt sich zunehmend auseinander. Der Abstand zwischen High- und Low-Performern wird größer.
(Untersuchung der Managementberatung EY – „Growing Beyond- Wachstum: Was erfolgreiche Unternehmen besser machen“ www.ey.com/de)

Liebe Leserin, lieber Leser,

Der Bereich Vertrieb ist essentiell für Unternehmen – denn sie leben nicht von dem, was sie produzieren, sondern von dem, was sie verkaufen. Trotzdem wird der Vertrieb in manchen Unternehmen etwas „schräg“ angesehen.

Die Bedeutung der richtigen Mitarbeiter im Vertrieb wird noch größer, wenn man sich bewusst macht, dass kaum ein Bereich in Unternehmen so stark vom Engagement der dort beschäftigten Mitarbeiter abhängt, von der Firmenrepräsentation auf dem Markt über Akquise bis Aftersales-Maßnahmen und Service. Ein professionelleres Recruiting, insbesondere im Bereich Vertrieb, rechnet sich schnell und eindeutig im Return on Investment (ROI).

Die Suche und Auswahl von Vertriebsmitarbeitern ist eine Gemeinschaftsaufgabe von Vertrieb und Personalabteilung. Eine sinnvolle Ergänzung kann auch eine beauftragte Personalberatung darstellen. Das Know-how sowie das gegenseitige Verständnis der Beteiligten bezüglich der Aufgaben, Kenntnisse, Anforderungen, Ziele und Prozesse soll durch dieses Buch verbessert werden. Die Einstellung neuer Mitarbeiter ist eine der wichtigsten Aufgaben eines Unternehmens und des Managements. Allerdings existiert bei solchen Personalentscheidungen keine absolute Sicherheit. Man kann „nur“ die Wahrscheinlichkeiten der richtigen Entscheidungen erhöhen. Weniger Fehlbesetzungen, weniger Low-Performer, mehr Top-Performer im Unternehmen zu haben, kann eine ungeahnte Verbesserung der Firmenergebnisse bewirken. Die „Trefferwahrscheinlichkeit“ können Sie bei Anwendung der in diesem Buch beschriebenen Verfahren deutlich steigern, und das wird sich gerade im Vertrieb direkt auf die Umsätze und Deckungsbeiträge auswirken – vielleicht noch positiver, als Sie zu hoffen wagen.

Um Fehleinschätzungen zu vermeiden: hier finden Sie kein einfaches Kochrezept, mit dem Sie in 15 min perfekt passende Mitarbeiter suchen und auswählen können. So einfach

funktioniert das (solchen „Ratgebern“ zum Trotz) nicht, schließlich haben wir es mit der spannendsten, aber auch komplexesten Materie zu tun, nämlich Menschen. Durch die Anwendung der beschriebenen Verfahren werden Sie jedoch fundierte Erkenntnisse über die Kandidaten gewinnen und die Auswahlentscheidungen deutlich verbessern.

Neben den Hauptaspekten Suche und Auswahl der richtigen Mitarbeiter im Vertrieb finden Sie auch Hinweise, wie Sie diese wertvolle Spezies bei sich im Unternehmen halten können.

Diese Buch soll Ihnen sowohl einen Überblick geben über unterschiedlichste Aspekte der Personalsuche und -auswahl für den Schwerpunkt „Vertrieb“ als auch ein praktischer Ratgeber sein für die tägliche/wöchentliche/monatliche Arbeit in diesem Bereich. Ein weiterer Zweck ist das bessere gegenseitige Verständnis von Personalern und Vertriebsmitarbeitern, um beim gemeinsamen Ziel „richtige Mitarbeiter einstellen“ effektiv zusammenarbeiten zu können. Es soll Ihnen wertvolle Informationen, Denkanstöße, Praxistipps und Einblicke in den Stand der Forschung vermitteln und gleichzeitig Spaß beim Lesen bieten. Das Ziel ist also ein Zwitter zwischen leicht lesbaren „How to“-Ratgebern (die oft simplifizieren und kochrezeptartig Standardlösungen anbieten) und wissenschaftlichen Werken (die für Praktiker meist kaum lesbar sind, sich in wissenschaftlichen Elfenbeintürmen verlieren und teils zu wenig umsetzbaren Bezug für die tägliche Praxis des Personalentscheiders bieten).

Zu guter Letzt: Ein Buch nutzt nur, wenn es gelesen wird – und um Ihnen dies nicht zur Mühsal werden zu lassen, formuliere ich nach Möglichkeit lesbar und manchmal auch mit einem Augenzwinkern. Ich bemühe mich um die notwendige Seriosität und wissenschaftliche Fundierung der unterschiedlichen Themen, und versuche gleichzeitig, einen gut lesbaren und vielleicht sogar ab und an humorvollen Ton zu treffen. Damit Sie als Leser nicht nur das Buch von vorne bis hinten durchlesen können, sondern auch mal nur das aktuell wichtigste Kapitel nutzen können, werden gelegentlich Hinweise, Informationen und wichtige Aspekte in unterschiedlichen Kapiteln wiederholt.

Noch eine Randbemerkung: Neben dem großen Respekt für die holde Weiblichkeit möchte ich in diesem Buch auch den Respekt vor der deutschen Sprache und vor allem Ihnen gegenüber – dem/der Leser/in bekunden. Die deutsche Grammatik kennt kein Geschlecht im Plural – unter „die Kollegen“ (Plural) fallen also sowohl männliche Kollegen als auch weibliche Kolleginnen. Daher werde ich auf alle Fälle von Doppelnennungen für männliche/weibliche Sprachvarianten im Sinne einer besseren Lesbarkeit verzichten, ebenso wie auf einige Auswüchse der „neuen deutschen Rechtschreibung“. Sämtliche „männlichen“ Versionen von Anreden oder Bezeichnungen gelten daher selbstverständlich ebenso für weibliche Menschen. Wer dies als politisch nicht ganz korrekt ansieht, mag Recht haben.

Die Website zum Buch: auf www.personal-vertrieb.de bietet Ihnen weitere Informationen, darunter auch eine Auswahl an Interviewfragen, die Sie sich je nach Anforderung individuell zu einem (teil-) strukturierten Interviewbogen zusammenstellen können.

Und nun wünsche ich Ihnen viel Freude beim Lesen.

Ihr

Steffen Strzygowski

Personalauswahl im Vertrieb

Wie Sie die passenden Top-Performer finden und gewinnen

Strzygowski, S.

2014, XIII, 232 S. 52 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-8349-3344-7