

BEST PRACTICE



Führungsexzellenz und Verkaufsexzellenz – eine Symbiose

Paul-David Becker

Was ist wichtiger: Führungsexzellenz oder Verkaufsexzellenz? Wir bei BSP. sind der Meinung, dass beide Bereiche wichtig sind und in einer symbiotischen Beziehung zueinander stehen.

Exzellenter Verkauf bedingt eine gute Führung durch Persönlichkeiten, die als Mentoren, Coaches und Trainer agieren. Das Ziel dabei: Stets besser zu werden, um exzellente Ergebnisse zu erzielen.

Gute Führung bedingt die gleichen Eigenschaften eines erfolgreichen Verkäufers, nämlich Empathie und eine gewinnende Persönlichkeit. Das Ziel dabei: Die Belegschaft stets dazu anzutreiben, sich zu verbessern, um exzellente Ergebnisse zu erzielen.

Der grösste Unterschied eines Top-Verkäufers und einer Top-Führungskraft liegt bei der Fähigkeit zu delegieren. Nicht

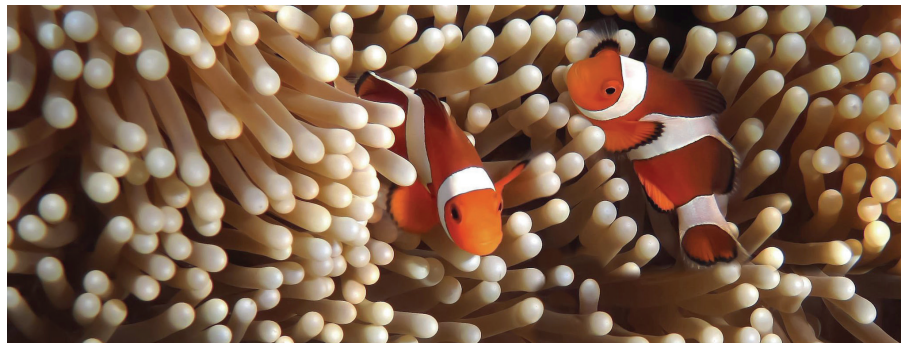
«ich» stehe im Vordergrund, wie beim Verkäufer, sondern alle Mitarbeitenden und die Summe aller Beiträge.

Aus diesem Grund werden sämtliche Change-, Befähigungs- und Trainingsprogramme bei BSP. mit starker Beteiligung der Führungskräfte konzipiert und umgesetzt. Somit kann die Wirkung jedes Einzelnen und der

gesamten Belegschaft nachhaltig gesteigert werden.

Diese Ausgabe unseres Newsletters befasst sich mit Programmbeispielen und Ansätzen von und für mehr Führungs- und Verkaufsexzellenz.

Wir wünschen Ihnen viel Spass bei der Lektüre.



Führungswirkung bedeutet auch Verkaufswirkung

Paul-David Becker

Die Raiffeisenbank Frick-Mettauertal gehört seit Jahren zu den erfolgreichsten Raiffeisenbanken der Schweiz. Um den Erfolg weiter zu festigen, wurden im Jahr 2023 zwei Weiterentwicklungsprogramme im Bereich Führung und im Bereich Verkauf umgesetzt.

«Die nachhaltige Verkaufswirkung kann nur auf der Basis exzellenter Führungswirkung entstehen», unterstreicht Marc Jäger, Vorsitzender der Bankleitung, Raiffeisenbank Regio Frick-Mettauertal «Denn neben der Einforderung von Leistungen müssen sich auch Führungskräfte Zeit nehmen, ihre Mitarbeitenden zu trainieren, zu begleiten und zu coachen», ergänzt Ralf Heinemann, Mitglied der Bankleitung.

Gestartet wurde mit dem Führungsentwicklungsprogramm. Dabei war der Geschäftsleitung wichtig, dass ein gemeinsames Führungsverständnis und eine

gemeinsame Führungssprache in Bezug auf die drei wichtigsten Führungsrollen – Leader, Manager und Coach – etabliert werden konnten. Darüber hinaus war zentral, dass alle Führungskräfte künftig mehr Verantwortung übernehmen. «Es galt, ein eigenständiges unternehmerisches Führungsverhalten zu fördern», betont Marc Jäger.

Auf diesem Fundament konnten mit einer Gap-Analyse Entwicklungsfelder und Lernbedürfnisse der Führung identifiziert werden. In gezielten Arbeitsgruppen und Trainingsgefässen wurde die Selbstständigkeit jeder Führungskraft nachhaltig gefördert und weiterentwickelt.

Die Führungskräfte übernahmen eine bedeutende Rolle in der Umsetzung des Verkaufstrainingsprogramms. Sie agierten als Co-Trainer und stellten sicher, dass ihre Mitarbeitenden nach SAQ zertifiziert und rezertifiziert wurden.

RAIFFEISEN



Marc Jäger, Vorsitzender der Bankleitung der Raiffeisenbank Regio Frick-Mettauertal

Die Raiffeisenbank Regio Frick-Mettauertal ist seit 1907 mit sechs Geschäftsstellen im oberen Fricktal verankert. Der genossenschaftliche Gedanke – gemeinsam für die Region – manifestiert sich durch 15'000 Mitglieder der Genossenschaft.

Mehr Wirkung in der Führung und im Verkauf

Paul-David Becker im Gespräch mit Marc Jäger, Vorsitzender der Bankleitung und Ralf Heinemann, Mitglied der Bankleitung der Raiffeisenbank Regio Frick-Mettauertal

Im Jahr 2023 wurden zwei Initiativen für mehr Exzellenz in der Führung und im Verkauf zusammen mit BSP umgesetzt. Was waren eure Beweggründe dafür?

Unser Motto war: «Wer nicht versucht besser zu werden, hat aufgehört gut zu sein.». Den vertrieblichen Teil haben wir selbst optimiert, denn darin waren wir in den letzten Jahren stark. Auf der Führungs- und der personellen Ebene gab es aber Veränderungen, also wollten wir neue Impulse geben und ein besseres, gemeinsames Führungsverständnis implementieren.

Marc, dir war beim Führungsprogramm wichtig, nicht nur die Führungskräfte aus dem Vertrieb zu berücksichtigen, sondern alle Führungskräfte. Was waren die Gründe dafür?

Nur wenn unsere Prozesse End-to-End reibungslos und effizient gelebt werden, können wir ein überzeugendes Kundenerlebnis sicherstellen. Die gelebte Führung ist eine Frage der Haltung und der Kultur des gesamten Unternehmens.

Welche Erkenntnisse konntest du für deine Führungscrew ableiten?

Wir konnten eine wertvolle Grundlage schaffen. Zwar konnten noch nicht alle Führungskräfte gleich abgeholt werden, aber wir haben viel gelernt und können die Bedürfnisse der Teilnehmenden künftig noch besser abdecken.

Ralf, welche Bedeutung hat die Führung in deiner Organisationseinheit?

Im Vertrieb ist sie der wesentliche Bestandteil des Erfolgs. Vertriebserfolg

ist planbar und das Team braucht eine starke Persönlichkeit, die mit Fördern und Fordern die Entwicklung voranbringt und die Zielerreichung sicherstellt.



Ralf Heinemann, Mitglied der Bankleitung der Raiffeisenbank Regio Frick-Mettauertal

Nun zum Verkaufsprogramm: Was war euch dabei wichtig?

Es galt, alle Beratenden auf eine ähnliche «Flughöhe» zu bringen. Erfahrene Beratende frischen ihre Verkaufsskills auf und neue Beratende können sich auf die SAQ-Zertifizierung vorbereiten und sich wertvolles Wissen für die Zukunft aneignen.

Führung war zentral bei der Umsetzung des Verkaufsprogramms. Durch den Train-the-Trainer-Ansatz wurden die Führungskräfte geschult, ihre Mitarbeitenden zu trainieren. Was waren deine Überlegungen hier, Marc?

Nur ein praxisorientierter Ansatz ist zielführend. Durch Involvierung und Aktivierung der Führungskräfte in ihrer Rolle, konnten die Lerninhalte rascher

in die Praxis überführt und vertieft werden.

Ralf, woran erkennst du rückblickend den grössten Unterschied in der Führungs- und Verkaufswirkung deiner Mitarbeitenden?

Führungswirkung: Die Führungskräfte haben sich von einer anderen Seite kennengelernt, das gegenseitige Verständnis ist gewachsen. Zudem haben sie mit der Bankleitung eine neue Vision und Mission für die nächsten fünf Jahre entwickelt. Ausserdem ist das Coaching nicht mehr Pflichtübung, sondern wird als effizientes Führungsmittel eingesetzt.

Verkaufswirkung: Erfahrene Beratende konnten ihr Wissen auffrischen, weniger Erfahrene, sich die Verkaufsfertigkeiten aneignen und eine Basis für

die SAQ-Zertifizierung schaffen. Unsere gesamtheitliche Beratung wird noch besser umgesetzt. Zusammengefasst, haben Beratende mehr Verständnis und Vertrauen für die Begleitung eines Vorgesetzten beim Kundengespräch. Das Sales Coaching hat sich etabliert.

Was war ausschlaggebend für eine Zusammenarbeit mit BSP?

BSP hat durch das Gesamtkonzept überzeugt. Wir fanden auch die Mischung der unterschiedlichen Partner – des «Bad Guy» und des «Good Guy» – spannend, um unser Unternehmen weiterzubringen.

Herzlichen Dank für das Gespräch und für das Vertrauen.

«Wer nicht versucht besser zu werden, hat aufgehört gut zu sein.»

The logo for RAIFFEISEN features the word 'RAIFFEISEN' in a bold, red, sans-serif font.

Verbunden

Slavica Sovilj

In ihrem Buch thematisiert Anna Miller, wie die digitale Welt uns von den Dingen entfremdet, die uns wirklich glücklich machen: Fokus, Energie, Kreativität, Nähe und echte Verbundenheit. Sie bietet praktische Tipps und Übungen, um Achtsamkeit im Umgang mit Smartphones und Bildschirmzeit zu entwickeln und Raum für das Wesentliche zu schaffen.

Der erste Teil des Buchs untersucht die Faszination des Digitalen und dessen negative Auswirkungen auf unser Wohlbefinden, unterstützt durch wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Positiven Psychologie, Neuropsychologie und Motivationsforschung. Im zweiten Abschnitt präsentiert Miller zehn Wege, die helfen, einen gesunden Umgang mit digitalen Medien zu finden und eine neue Vision für ein erfülltes Leben zu entwickeln.

Besonders hervorzuheben ist Millers differenzierterer Ansatz, der nicht nur die

Dauer, sondern auch den Kontext und die Absicht hinter dem digitalen Konsum betrachtet. Durch Selbstreflexion und praktische Übungen regt sie dazu an, über das eigene Verhalten nachzudenken und wieder mit den wichtigen Dingen im Leben in Verbindung zu treten. Trotz vereinfachender Kategorien und teils theoretischer Tipps bietet das Buch wertvolle Einsichten, um den digitalen Konsum zu hinterfragen und positive Verhaltensmuster zu entwickeln.

Viel Spass bei der Lektüre.



Impressum

Redaktion

Paul-David Becker,
Silvio Borsani, Andreas Schmid,
Slavica Sovilj, Roberto Vogt

Druck

Druckerei Bloch AG

Herausgeber

BSP. AG

Stadtturmstrasse 10
CH-5400 Baden
T +41 56 200 79 79
welcome@bsp.ch



Exzellentes Leadership ist die Devise

Paul-David Becker

Die GEOINFO-Gruppe zählt zum bedeutendsten Konglomerat von Unternehmen im Bereich der digitalen raumbezogenen Lösungen in der Schweiz. Ihr Angebot umfasst Geoportale, IT-Services, Ingenieurwesen und Vermessung. Nebst der internen Ausbildungsinitiativen «Operational Excellence» und «Project Excellence», setzt Adrian Eichrodt, CEO der GEOINFO-Gruppe, seit Anfang 2024 auf «Leadership Excellence».

Herr Eichrodt ist überzeugt: «Nur mit Leadership-Excellence ist Operational und Project Excellence überhaupt möglich.» Aus diesem Grund wurde BSP. beauftragt, zusammen mit allen Gesellschaftsleitenden und ihren Führungskräften, ein Führungsentwicklungsprogramm zu konzipieren und umzusetzen.

Im Rahmen eines Kick-Off-Anlasses wurde ein gemeinsames Führungsverständnis

der gesamten Gruppe geschaffen. Auf dieser Basis wurden zieltreibende Stakeholder-Erwartungen ermittelt und reflektiert sowie die wichtigsten Lernbedürfnisse der Führung festgehalten. Anlässlich des Kick-Offs wurden vier Teilprojektgruppen gebildet. Die Zusammensetzung dieser Gruppen bestand aus jeweils einem Gesellschaftsleitenden und einer heterogen zusammengestellten Gruppe von Führungskräften aller Gesellschaften.

Danach wurden während acht Monaten alle zwei Monate vier eintägige Führungstrainingsmodule entwickelt und bei allen Führungskräften der GEOINFO-Gruppe durchgeführt. Dabei wurden unter anderen Themen wie die persönliche Arbeitsplanung und das Energiemanagement, die situative Führung, die Vorbereitung und Durchführung von bilateralen Gesprächen, Sitzungen und Coachingeinsätzen sowie die Übermittlung von schwierigen Botschaften und Konfliktgesprächen trainiert.

GEOINFO



Adrian Eichrodt, Mitglied des Verwaltungsrates und CEO der GEOINFO-Gruppe: «Mit Leadership Excellence sind die Grundlagen für mehr Exzellenz im Arbeitsalltag nun vollständig vorhanden. Jetzt gilt es, das Erlernte in der Praxis zu festigen und anzuwenden. Wir lassen nicht locker.»

Blau, Rot und / oder Grün?

Paul-David Becker

Menschenkenntnisse und Anpassungsfähigkeit sind Voraussetzungen für die wirksame Kommunikation und für den erfolgreichen Verkauf. Die Structogram-Analyse unterstützt dabei. Sie ist ein 3-Farben-Modell zur besseren Auseinandersetzung mit den drei Hirnprägungen, welche die Persönlichkeitsstruktur jedes Menschen bilden.

Das Modell des Anthropologen Rolf W. Schirm basiert auf den Erkenntnissen des Hirnforschers Paul D. MacLean. Die gezielte Anwendung von Structogram ermöglicht es, sowohl sich selbst als auch andere Menschen besser kennenzulernen. Somit ist sie in der Interaktion zwischen Menschen und im Verkauf von grossem Nutzen. Das Modell setzt sich aus drei Farben zusammen, wobei jede Farbe einer Hirnprägung entspricht:

- Grün: Das Stammhirn – zuständig für unsere (Überlebens-)Instinkte

- Rot: Das limbische System – zuständig für unsere Emotionen, Verhaltensweisen und Entscheidungen
- Blau: Der Neocortex – zuständig für unsere analytischen Fähigkeiten und für die Sprache

Die drei Hirnbereiche haben starke Implikationen auf unsere Persönlichkeit, unsere Haltung, unseren Kommunikationsstil und unser Verhalten. Der Mix der Ausprägungen ergibt die Persönlichkeitsstruktur jedes Menschen.

Hat man mit einem blau ausgeprägten Menschen zu tun, sollten diesem viele sachliche Informationen geliefert werden. Wird mit einer roten Persönlichkeit interagiert, sollte das Gespräch emotionaler gestaltet und der



Nutzen unterstrichen werden. Hat man es mit einer grün orientierten Person zu tun, sollte mehr Wert auf die Beziehung, die Erfahrung anderer Menschen, die Sicherheit und die Empathie in der Kommunikation gelegt werden.

Mehrere unserer Kunden setzen Trainingsprogramme mit uns um, damit sie von den Vorzügen von Structogram profitieren können. Vor allem die verbesserte Anpassungsfähigkeit bei Kunden oder das verbesserte Menschenverständnis wird geschätzt.

BSP. verfügt über speziell ausgebildete Trainer mit methodischem Know-how und über Hilfsmittel wie Selbsttests und Bücher zur Biostruktur-Analyse, um die Erkenntnisse und Implikationen der Structogram-Analyse im Verkaufsgespräch oder in der Verkaufsführung zu nutzen.

Melden Sie sich bei uns, wenn Sie mehr erfahren möchten.