

„Wir haben richtig Wind im Segel“

Jetzt geht es in Hildesheim beim Casting-Gewinner Calix Investmentberatung an das Feintuning. Neue Pläne werden geschmiedet und Projekte für 2010 angeschoben. **Cash•** hat das Team und Coach Stuart Truppner an einem weiteren Trainingstag begleitet.

Neben der Führungskräfte- und den Einzelcoachings für die Berater steht bei dieser Trainingseinheit ein besonderer Punkt auf der Tagesordnung. Ein Filmteam ist im Haus und wird einen Imagefilm über das Unternehmen drehen. Doch bevor die Führungskräfte vor die Kamera treten, sprechen sie mit Truppner über die vergangenen Wochen. „Wir haben richtig Wind im Segel“, freut sich **Swen Kasten**, Vertriebsleiter bei Calix. „Aber wir dürfen bei den vielen Plänen und Projekten jetzt nicht den Umsatz und vor allem den Kundenservice aus den Augen verlieren“, sagt er weiter. Ziel sei es, mit der Calix-Philosophie auch in den kommenden Jahren stabile Umsätze zu generieren und nachhaltig Kundenbeziehungen auf- und auszubauen. Und das ist nicht das einzige Ziel: „Wir denken für 2010 über neue Standorte nach“ sagt Kasten. Im Gespräch seien derzeit Hannover und Göttingen. Das sei eine Chance für die Beratungsgesellschaft, im norddeutschen Raum durchzustarten.

„Wie läuft es sonst bei euch?“, fragt Truppner. „Beim Empfehlungsmanagement ist die Erfolgsquote gut, muss aber bei einigen Beratern noch besser werden“, sagt Kasten. Viele gehen nach dem Muster vor „Kunden beraten und fertig“. Der Coach gibt den Führungskräften mit auf den Weg: „Die Weiterempfehlung macht circa 20 bis 30 Prozent der Arbeit aus, verursacht aber 80 Prozent der Umsätze.“ Die Direktansprache hingegen laufe gut, berichtet die Runde. Das Empfehlungsmanagement müsse 2010 noch mehr in den Vertrieb gebracht werden, sind sich alle einig. „Wir haben eine Servicekarte entwickelt. Der Kunde kann auf der einen Seite ankreuzen welchen Beratungsbedarf er hat und auf der anderen jemanden empfehlen“, sagt Geschäftsführer **Marc Suray**. Das Feedback sei gut.

„Es gibt zwei Ziele für euch: Verkauf und Empfehlungen. Der Kunde muss abgesichert werden, denn er will langfristig betreut werden. Die optimale Kundenbeziehung erreicht ihr, wenn er bei euch bleibt, viele Finanzbausteine abschließt und euch weiterempfiehlt“, gibt Truppner die Ziele vor. Man müsse es schaffen, die Tipps und Ideen in die Köpfe aller Berater zu pflanzen, wirft Kasten ein. Der Coach

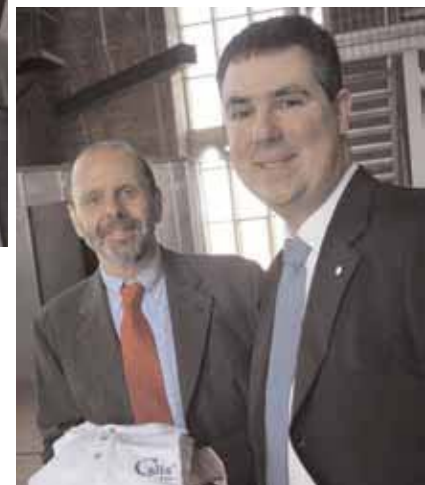
hakt nach: „Sind die Berater denn in ihrem Element?“ „Ja, es ist uns gelungen, dass es ‚klick‘ gemacht hat, aber der Wille zum Erfolg muss weiter ausgebaut werden“, sagt Kasten.

Das Highlight an diesem Tag ist der Dreh des Imagefilms. Neben Kasten

ren Berater brennt eine Frage auf der Seele, wie er skeptische Kunden gewinnen kann, die kein Interesse haben. „Sag ihnen ich rufe Sie in vier bis sechs Monaten noch einmal an, wenn Sie nichts dagegen haben oder du fragst nach, warum der Kunde nein gesagt



Links: **Marc Lasse** und **Swen Kasten** blicken in die Zukunft von Calix; Unten: **Stuart Truppner** und **Marc Suray** sind gespannt auf das Jahr 2010.



und Suray soll auch Truppner vor die Kamera. „Ich werde gleich etwas zum Service von Calix und zur Kundengewinnung in die Kamera sagen“, hört man Suray auf dem Flur sagen, bevor er im Zimmer verschwindet, in dem die Kamera surrt und der Scheinwerfer brennt.

Selbstbewusstsein wächst

Der Trainer sitzt zu diesem Zeitpunkt schon mit den einzelnen Beratern zum Coaching im Nachbarraum. Nach sieben Monaten intensiven Trainings und Ausprobieren im Vertriebsalltag haben die Berater Selbstvertrauen hinzugewonnen. Doch nicht alle Probleme können sofort beseitigt werden. „Meine Umsatzzahlen sind nicht so gut“, berichtet ein Berater. „Woran liegt es?“, fragt Truppner. „Es ist das ungewohnte, die Komfortzone, die ich verlassen muss“, gibt der Berater zu, „ich arbeite aber trotzdem viel“. „Arbeitest du denn auch zielgerichtet? Was muss passieren, dass du die Komfortzone verlässt? Der einzige Mensch der dich bremsen kannst, bist du selbst“, appelliert der Trainer.

Ein neuer Berater im Team äußert sich besorgt darüber, wie er handeln soll, wenn er eine Frage beim Kunden nicht beantworten kann. „Bleib ehrlich und sage ihm, dass du dir die Frage notierst und diese so schnell wie möglich beantwortest. Keiner kann alles wissen“, beruhigt Truppner. Einem ande-

hat“ empfiehlt der Coach. „Du kannst nicht jedes Spiel und nicht alle als Kunden gewinnen“.

Daneben gibt es viele, sehr gute Erfolge zu vermelden. Bei den meisten ist der Umsatz gestiegen. Es mache Spaß, die Identifikation mit dem Job sei da und die Sicherheit in den Gesprächen steige – so der Tenor aus den Einzelcoachings. Truppner zeigte sich nach dem Trainingstag sehr zufrieden: „Vor allem in diesen Zeiten ist Calix ein super Vorbild und wächst gegen den Trend – nur wenige Firmen, egal welcher Branche, können das von sich behaupten“.

Das Fazit nach sieben Monaten Training: viele neue Berater, steigende Umsätze und Gewinne, die Berater sind sicherer und haben mehr Erfahrung, das Empfehlungsmanagement läuft an, könnte aber besser sein. „Es ist wie ein Fußballspiel, die erste Halbzeit ist nun vorbei und Calix führt zwei zu eins. Nun geht es in den zweiten Durchgang, dann in die Verlängerung. Welchen Pokal wir dabei gewinnen ist noch offen, aber konditionell sind wir gut aufgestellt“, bringt es Kasten auf den Punkt. ■