

Fachartikel

Innen- und Außendienst zu einer schlagkräftigen Einheit formen

Wenn es in Unternehmen um das Zusammenspiel von Innendienst und Außendienst geht, ist das zumeist eine zermürbende Angelegenheit. Auf der Suche nach den Schwachstellen trifft man schnell auf die gängigen Klischees. Je nach Perspektive warten die einen in einem kuscheligen Büro nur auf den Feierabend und denken stark in Prozessen; die anderen vertreiben sich ihre Zeit nett mit Kaffee und Schwätzchen beim Kunden. Tatsache ist, dass sich beide Seiten schwer damit tun, die jeweils andere zu verstehen – und das ist ganz natürlich. Allerdings wird es für den Unternehmenserfolg zunehmend entscheidend, aus beiden eine schlagkräftige Einheit zu formen. Dies zu schaffen, ist eine der großen Herausforderungen unternehmerischer Führung.

Wenn Außendienstler Helmut P. in der Mittagszeit bei seinem Kollegen Holger E. im Innendienst anruft, weiß der schon, was kommt: „Ich sitze gerade mit meinem Kunden im Biergarten und genieße den Sonnenschein.“ „Ja“, sagt E., „Biergarten, Blondes, Baggersee.“ Dialoge wie dieser sind zwischen Innen- und Außendienst nichts Ungewöhnliches und auch nichts Schlimmes. Ein bisschen Frotzeln unter Kollegen schadet nicht, vorausgesetzt beide wissen, wie wertvoll die Arbeit des anderen ist und ziehen an einem Strang. Und das müssen sie mehr denn je.

Kunden brauchen ein gutes Gefühl

Die Marktsituation hat sich in den vergangenen Jahren für die meisten Unternehmen dramatisch verändert. Aus dem bequemen Anbietermarkt, auf dem die Kunden Schlange standen und hohe Treue bewiesen, ist ein Nachfragermarkt geworden. Der Kunde vergleicht und erwartet, wenn schon nicht den niedrigsten Preis, dann zumindest den besten Service. Er will ein gutes Gefühl haben und wissen, dass man sich um ihn kümmert, sich für seine Belange interessiert. Führungsverantwortliche müssen deshalb dafür sorgen, dass in allen Bereichen eines Unternehmens Service- und Kundenorientierung gelebt werden.

Innendienst soll aktiv verkaufen

Besonders dem Innendienst gilt hier besonderes Augenmerk, denn aktive Kundenpflege gehörte bis dato meist nicht zu seinen Aufgaben. Im Gegenteil: Viele Innendienstler wurden in Zeiten eingestellt, in denen Kommunikationskompetenzen kein Auswahlkriterium für ihre Tätigkeit darstellten. Und jetzt sollen sie plötzlich Kunden beraten und aktiv Verkaufserfolge herbeiführen? Ja, sie sollen! Und es ist Führungsaufgabe, für die richtigen Rahmenbedingungen zu sorgen.

Powerteams bilden

Eine zentrale Frage, die sich Führungskräfte stellen müssen: Kann man aus je einem Innen- und einem Außendienstler ein Powerteam als Tandem zusammenstellen, das sich bei der Kundenpflege ergänzt? Gegenseitiges Verständnis ist Grundvoraussetzung und kann aufgebaut werden, indem man beide einmal im Monat gemeinsam auf Tour schickt. Davon profitieren beide Seiten.

Fachartikel

Vorteile Innendienst:

Der Innendienstler kann miterleben, dass es durchaus hart ist, morgens um sechs Uhr zu Terminen aufzubrechen, unter Zeitdruck zwei Stunden in einer Vollsperrung zu stehen, vom Kunden das Gefühl vermittelt zu bekommen, dass man stört oder auch schwierige Reklamationen zu besprechen. Und er erhält Einblicke in die administrativen Aufgaben, die ein Außendienstler nebenbei zu erledigen hat – häufig noch nach Feierabend: Protokolle schreiben, E-Mails beantworten, Aufträge einpflegen.

Ganz entscheidend: Neben einem besseren Verständnis für die Leistung des Außendienstes kommt für den Innendienst bei Kundenbesuchen ein wesentlicher Positiv-Aspekt ins Spiel: verbesserte Kundenbindung. Die Präsenz vor Ort stärkt die Akzeptanz des Innendienstlers, reduziert Berührungsängste und hilft ihm, sein Gegenüber besser verstehen und beraten zu können. Insbesondere Neu- und A-Kunden sollten deshalb regelmäßig gemeinsam besucht werden.

Maßnahmen Außendienst:

Andersherum sollte der Außendienst ein Gefühl für die Arbeit der Innendienst-Kollegen erhalten. Er braucht einen Überblick über die internen Strukturen, Systeme und Abläufe und die verschafft er sich am besten im Büro. Ratsam ist es, jedem Außendienstler feste Anwesenheitszeiten zu verordnen. So entstehen Möglichkeiten des Austauschs und die Verbindung zum Innendienst wird intensiviert. Beschäftigt ein Unternehmen mehrere Außendienstler, sollten diese nicht alle zeitgleich in den Betrieb kommen, denn das sorgt für Unruhe.

Wissenstransfer beleben

Begreifen sich Innen- und Außendienst als Team, werden sie sich gegenseitig unterstützen. Das belebt auch den Wissenstransfer. Wie läuft die Angebotserstellung intern und wie viel Zeit benötigt der Innendienst? Welche Produkte und Dienstleistungen gibt es und wie bringt der Außendienst diese dem Kunden nahe? Führungsverantwortliche sollten die Möglichkeit prüfen, regelmäßige Besprechungen und gegenseitige Produktschulungen zu veranlassen.

Am Erfolg orientiert

Auch sollten Erfolge gewürdigt werden. Unter den Mitarbeitern kann ein „Gut gemacht!“ viel bewegen, genauso auch ehrliches Interesse: „Wie war es denn beim dem Kunden? Ich weiß, Du hattest da ein schwieriges Gespräch.“ Führende sollten dies vorleben. Ebenso ist es Führungsaufgabe, auch für den Innendienst ein Gehaltsmodell zu entwickeln, das sich an seinen Verkaufserfolgen orientiert und somit Leistung belohnt.

Wenn Innen- und Außendienst eine Einheit bilden, aufeinander bauen und vertrauen, bewegen sie etwas im Sinne der Kunden und des Unternehmens. Alle können dadurch nur gewinnen.

(5.416 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Fachartikel

Über Eveline Siehler



Die studierte Marketing-Expertin gehört seit 2006 der Beratungsgesellschaft für Personal- und Organisationsentwicklung Müller+Partner als Trainerin an. Als lizenzierte Beraterin für Strategische Organisationsentwicklung und Change Management betreut sie vom Standort Ulm aus Unternehmen vom KMU bis zum Konzern und berät sie in ihren Entscheidungsprozessen.

Müller+Partner unterstützt und gestaltet seit 1995 strategische Personal- und Organisationsentwicklung durch moderne und pragmatische Beratungs-, Trainings- und Coachingprogramme. Die sinnvolle Beratung, die den Menschen als Schlüssel für den Unternehmenserfolg entwickelt und Prozesse optimal gestaltet, steht dabei im Mittelpunkt.

Beratungen und Trainings – keine Schubladenlösungen: So machen wir Ihre Prozesse und Veränderungsprojekte lebendig!

Für Rückfragen/Interviews erreichen Sie:
Eveline Siehler, Tel.: 0731 3793565-0
eveline.siehler@muellerundpartner.de

Müller+Partner

Kohlenstraße 116, 34121 Kassel	Tel.: 0561 93874-0	Fax.: 0561 93874-44	E-Mail: kassel@muellerundpartner.de
Donautalstraße 28, 89079 Ulm	Tel.: 0731 3793565-0	Fax.: 0731 3793565-99	E-Mail: ulm@muellerundpartner.de
Mozartstraße 7, 82327 Tutzing	Tel.: 08158 906180-0	Fax.: 08158 906180-1	E-Mail: tutzing@muellerundpartner.de

Internet: www.muellerundpartner.de

Geschäftsführer: Joachim Müller, Ilka Jastrzembowski, Christian Stahl