

PM 10029

Die Aktive Vollreferenz

Die besseren Ideen...
Putzmeister

- qualitativ ? - innovativ ? - leistungsbereit ? - flexibel ? - kompetent ? - Werte bewusst ? -

P:\ALLE\Personal\PRSMITTLG\2010\10029-Aktive Vollref\10029-Vollreferenz.doc

Stand: 100528ks>111105ks--

s.a. The SEXY SIX PM 94066

Was ist der wichtigste Erfolg eines Verkäufers???...sein höchstes Ziel?

Fragen Sie mal wie nahe Ihre Verkäufer mit ihren Antworten auf diese Frage gewissenhaft antworten !

Es ist die

"aktive Vollreferenz"

Ganz Allgemein: Mit unserer gelebten und **nach außen von Menschen spürbar gemachten** Unternehmenskultur soll der Kunde Vertrauen (*) gewinnen und uns wertschätzen lernen. Kultur gestalten Menschen.

(*) siehe dazu PM 04074)

Durch was wird dieses Vertrauen bewiesen? Wenn wir in Erfüllung des Unternehmens- Zweckes immer wieder neue Kunden finden – oder bestehende neu gewinnen? Wie soll das gehen?

Direkter Partner unserer Kunden ist zumeist unser Verkäufer an der Front. Wie schafft der das? Wie muss er sein? **Was ist sein wichtigstes Ziel?** - und Ihr Nächster im Unternehmen ist auch Ihr Kunde – auch Ihr Vorgesetzter (siehe PM 04099- .. aims upward.)

Er hat es erreicht wenn ...

„Der Kunde unseren Verkäufer unaufgefordert seinem besten Freund persönlich empfiehlt“

(wohlgemerkt: nicht in erster Linie unsere Maschinen !).

Das ist was man als sog. **AKTIVE VOLLREFERENZ** versteht: Der wichtigste Erfolg und höchstes Ziel eines guten Verkäufers. **Er als Person muss immer sich „selbst verkaufen“** - zuerst oder letztlich nachhaltig - wie man landläufig sagt. Oder wie Amerikaner dann äußern:: „ **He is a winning guy**“.

Frauen schaffen das manchmal sogar besser als Männer.

Die AKTIVE VOLLREFERENZ zu erreichen ist meist ein langer – menschlicher - Weg. Dann hat der Verkäufer seinen Kunden in dessen Augen richtig und **für ihn wertorientiert** beraten, seinen Interessen gedient, ihm zur richtigen Zeit die für ihn Erfolg bringende Maschine oder Leistung verkauft.

Dann hat er Vertrauen zu ihm nachhaltig gewonnen. Dann wertschätzt er auch Putzmeister und seine Produkte – und damit auch seine Menschen und die von ihnen vermittelte Unternehmenskultur..

Dann haben wir bei ihm das Ziel unserer im **PM –Worldbook Vision** erreicht:

PUTZMEISTER - top in Mind - top in Choice

Jeder Verkäufer muss sich also **zuerst selbst** verkaufen, vertrauensbildende Eigenwerbung machen. Und jede Führungskraft gilt das ebenso gegenüber seinen Kunden – „seinen“ Firmenangehörigen - und natürlich bei jeder Gelegenheit auch gegenüber unseren externen Kunden.

UND: Was für den Einzelnen gilt – gilt analog **für das ganze Unternehmen!**

1. Ist es wahr? Bin ich aufrichtig? 2. Ist es fair? 3. Wird es Freundschaft und guten Willen fördern? 4. Wird es dem Wohl aller Beteiligten dienen?

Putzmeister • Postfach 2152 • D-72629 Aichtal • Tel. (07127)599-0 • Telefax (07127)599-520

Nr.:	Ersatz für:	Gruppen-Nr.:	Verfasser:	Dat.: 2008-04-30/
No.:	Subst. for:	Group No.:	Ref.:	

Verfasst nach den Regeln der PORGA 880818
Issued according to PORGA 880818

Dieses **Dienen im Führen** zielt darauf ab, mit ständiger offenkundiger Lernbereitschaft die Zukunft des Unternehmens zu sichern, indem wir suchen und nachweisen unsere Kunden erfolgreicher zu machen. Dann werden sie uns bzw. unsere Firmenangehörigen – besonders den Verkäufer im Außendienst - **unaufgefordert** ihren Freunden weiterempfehlen und **Freundschaft erlauben** im Sinne unserer Vierfragenprobe (PM 98100). Diese sogenannte "**aktive Vollreferenz**" - ist der größte anzustrebende Erfolg jeden Verkäufers. Auch er "gewinnt" dann seinen ihm gewinnbringenden Preis.

Nochmal: Gemeint sind wohlgernekt **äußere wie auch innere Kunden** des Unternehmens.

Als „**aktive Vollreferenz**„ sollen wir über dieses Gebot hinaus unaufgefordert wahrhaft und offen Zeugnis geben über all jene, die uns im Sinne unserer Werte dienen.

Aktive Vollreferenz, persönliche Wertschätzung und Vertrauen für den Einzelnen und das ganze Unternehmen sind deshalb das, was wir nach innen und nach außen anstreben wollen und müssen, um des Kunden Vertrauen und seinen Auftrag zu gewinnen. SICH Freuen beim Dienen, Bessern Werte schaffen ist unser Ansatz dazu. Und es ist das, was wir auch bei guten Firmenangehörigen als Kunden meinen - und die wollen wir schließlich entwickeln, indem wir ihnen dienen, damit sie besser dienen können.

Weiteres zum Thema Vollreferenz:

Warum und wie macht AtlasCopcco 20 % ROS? (<http://www.atlascopco.com>)

Answer of Ronnie Leten (CEO of AtlasCopco) „**We own the customer relation**“ – in anderen Worten "**First in Mind- First in Choice**" wie es in deren Strategy book steht. Wie man das erreicht kann man auch im Putzmeister World Book lesen – und verstehen lernen. Und das zu schaffen ist harte gewissenhafte Arbeit – immer wieder aufs Neue.

PM 98009 – Sinnergie;

s.a.: PM Vorträge z. B **Glücksfaktoren** EVG Fachvortrag VG 960710,

VG 960601 – Was wollen wir bei PM mit „Dienen“ erreichen

www.karl-schlecht.de/karl-schlecht/vortraege.html

und dazu PM 04074 Vertrauen; PM 94066 The SEXY SIY

„The Sexy Six“

Sechs Kriterien für unternehmerisches Denken und Handeln



„für Unternehmer im Unternehmen“

- | | |
|---|--|
| <p>1 Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> selbsterprobtes Wissen <input type="radio"/> ständige Lernbereitschaft - das ganze Leben lang | <p>4 Mut ist</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> gelebter Mut und der <input type="radio"/> Wille zur Veränderung <input type="radio"/> Managen bedeutet: „Positiv verändern“ |
| <p>2 Kommunikationsfähigkeit heißt</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> offen sein, <input type="radio"/> zuhören und <input type="radio"/> den nächsten in seinem Anderssein bejahen lernen. | <p>5 Kreativität durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> ständiges, nicht endendes Suchen nach neuen Wegen <input type="radio"/> Freude am gedanklichen Spiel mit Alternativen zum Bestehenden |
| <p>3 Verantwortungsbewußtsein bedeutet</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> die „Unfähigkeit zur Gleichgültigkeit“ - Siegfried Lenz | <p>6 Gewinnbewußtsein heißt</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> den Sinn für Werte wahren und schaffen <input type="radio"/> „Was kostet's - was bringt's? “ |

Alle sechs Eigenschaften - die **Sexy Six** - bilden ein enges, gesamthaftes Geflecht von Wechselwirkungen

Dienen - Bessern - Werte schaffen

Quelle: PM 94066