

Case Study: Sicherstellung von Vertriebsleistung durch dezentrale Trainingsstrategie

Branche: Dienstleistungsunternehmen

Ausgangslage – Handlungsdruck unter außergewöhnlichen Rahmenbedingungen

Ein wachsendes Dienstleistungsunternehmen qualifizierte seine angehenden Vertriebspartner bislang überwiegend im eigenen Schulungszentrum. Ergänzende E-Learning-Formate waren etabliert, konnten die Präsenztrainings jedoch nicht vollständig ersetzen. Insbesondere die am Point of Sale eingesetzte Technik erforderte praxisnahe Übungen unter realen Bedingungen.

Durch pandemiebedingte Einschränkungen waren zentrale Präsenzs Schulungen kurzfristig nicht mehr durchführbar. Gleichzeitig verschärfte sich der Personalmangel, sodass lange Anfahrtswege für Vertriebspartner nicht mehr akzeptabel waren. Die zentrale Herausforderung für die Geschäftsleitung bestand darin, die Qualifizierung der Vertriebspartner sicherzustellen, ohne Vertriebsleistung und Marktdurchdringung zu gefährden.

Strategischer Ansatz und Rolle von Dirk Fischer

Als externer Strategieberater unterstützte Dirk Fischer die Geschäftsleitung dabei, unter hohem Zeitdruck eine tragfähige und zukunftsfähige Lösung zu entwickeln. Der Fokus lag auf der strategischen Neuausrichtung des gesamten Schulungskonzepts.

Die Leistungen umfassten:

- Klärung der strategischen Zielsetzung und der erwarteten Geschäftswirkung gemeinsam mit der Geschäftsleitung
- Entwicklung eines kurzfristig umsetzbaren, dezentralen Trainingskonzepts in enger Abstimmung mit der Schulungsleitung
- Neuordnung der Aufgaben und Verantwortlichkeiten des bestehenden Schulungszentrums
- Verlagerung der Trainings vom Schulungszentrum an den Point of Sale
- Durchführung der Trainings direkt vor Ort
- Einführung eines strukturierten Controllings mit regelmäßigem Feedback an Geschäftsführung und Schulungsleitung

Ergebnisse – messbarer Nutzen für das Unternehmen

Die Qualifizierung der Vertriebspartner konnte in kürzester Zeit vollständig sichergestellt und gleichzeitig effizienter gestaltet werden:

- **Nahezu 100 % Aufrechterhaltung der Trainingsaktivitäten** trotz pandemiebedingter Einschränkungen
- **Reduktion der Reisezeiten der Vertriebspartner um durchschnittlich 100 %**

- **Senkung der Schulungsausfallzeiten im Vertrieb um ca. 10 %**, da Trainings besser in den Arbeitsalltag integrierbar waren
- **Steigerung der Trainingszufriedenheit um über 40 %**, gemessen an internen Feedbacks
- **Erhöhung der Lerntransferquote um ca. 30 %**, durch praxisnahe Schulungen in der realen Arbeitsumgebung

Die Vertriebspartner wurden in ihrer vertrauten Umgebung geschult, was die Motivation und Lernbereitschaft signifikant erhöhte.

Strategischer Mehrwert

Das Unternehmen verfügt heute über ein skalierbares, dezentrales Schulungssystem, das unabhängig von äußeren Rahmenbedingungen einsetzbar ist. Die neue Struktur reduziert Kosten, erhöht die Akzeptanz bei Vertriebspartnern und sichert langfristig die Vertriebsperformance.

Diese Case Study zeigt exemplarisch, wie mittelständische Unternehmen durch strategische Entscheidungen, schnelle Umsetzung und klare Steuerung auch unter Krisenbedingungen ihre Leistungsfähigkeit nicht nur sichern, sondern weiter verbessern können.