



CAMPUS 2011: Qualifizierung mit Spaßfaktor

Ein neues Schulungskonzept vereint klassische Elemente der Weiterbildung mit motivierenden Aktionen von hohem Unterhaltungswert – eine spannende Mischung, die bei vielen Verkäufern sehr gut ankommt.

Der Versicherungsverkauf ist eine strategische Stellschraube für den Erfolg des Autohauses. Denn ein über Mercedes-Benz versicherter Kunde ist nicht nur rundum abgesichert, er ist auch deutlich loyaler, als sein nicht im Hause versichertes Pendant. Wegen dieser positiven Kundenbindung ist es der Mercedes-Benz Bank ein besonderes Anliegen, den Vertrieb der eigenen Versicherungsprodukte intensiv zu fördern. Mit der diesjährigen CAMPUS-Veranstaltungsreihe zur Verkäufer-Qualifizierung wurde dafür unter dem Motto „Insurance & Race“ ein völlig neues Konzept umgesetzt, das Wissensvermittlung und Spaß vereint: In acht regionalen Veranstaltungen im Frühsommer wurden jeweils rund 45 ausgewählte Top-Verkäufer von Versicherungsprodukten für ihre herausragende Leistung in 2010 belohnt. Das Autohaus-Management konnte dabei seine besten Verkäufer selbst nominieren und so selektiv bestimmen, wer am innovativen Schulungskonzept teilnehmen durfte – die Teilnahme war somit Auszeichnung und zugleich auch Motivation, künftig als Multiplikator zum Thema Versicherungsverkauf im eigenen Unternehmen zu wirken.

Sehr gute Noten für „verzahntes“ Event-Konzept

Das Schulungsprogramm war zweigeteilt: Etwa ein halber Tag wurde zur Weiterbildung rund um das Thema Versicherung genutzt. Der Clou dabei: Die Teilnehmer konnten ihr Produktwissen, Verkaufstalent und ihre Überzeugungskraft – beispielsweise in spielerischen Gruppenarbeiten – unter Beweis stellen und sich so Zeitgutschriften für den zweiten Event-Teil sichern: Das Kartrennen! Die Verschmelzung von Schulung und Belohnung sorgte für viel Spaß und Teamgeist. Die Begeisterung der teilnehmenden Verkäufer zeigte sich auch in ausgezeichneter Bewertung der Veranstaltung – im Durchschnitt aller Events wurde die „Schulnote“ 1,65 erreicht. Der Erfolg des neuen Konzepts zeigte einmal mehr: Versicherungsverkauf ist keine trockene Angelegenheit. Er bietet viele Vorteile für Autohaus wie Kunden – und bringt nebenbei sogar eine Menge Spaß! <<<

