PERSONALFÜHRUNG

Motivation als Service

Bonusprogramme und Wettbewerbe versprechen Absatzsteigerungen. Damit soll sich die Motivation der Vertriebsmitarbeiter steigern lassen. Die Firma asdag hat sich in diesem Segment Spezialwissen angeeignet. In Form von asdagcloud machen es die Hamburger zugänglich.

Gamification im Vertrieb: asdagcloud-Automotive gibt es in drei Abo-Modellen.

KURZFASSUNG

Die Hamburger Motivationsschmiede asdag geht mit viel Erfahrung im Bereich Bonifizierung und einer neuen Lösung speziell für den Autohandel an den Start.

Das Hamburger Unternehmen application service development AG (asdag) wurde 2000 von Thomas Liebtreu gegründet. Aktuell gibt es mit „asdagcloud" ein Motivations- und Bonifizierungssystem.

„asdagcloud wurde im November 2016 veröffentlicht. Vier Monate später folgte die Branchenlösung asdagcloud Automotive, eine speziell auf die Bedürfnisse des Autohandels angepasste Version des Cloud-Produkts", erklärte Timo Reischl im Interview. Derzeit betreue man vier große Kunden: „Zu unseren Mandanten zählen die Deutsche Bank, die es für ihren mobilen Vertrieb einsetzt, die Dynaudio Gruppe – Hersteller von exklusiven Lautsprechern und Hifi-Komponenten – sowie das Wiener Startup smartflower, das weltweit einzigartige Design-Solaranlagen produziert", fügte der Unternehmenssprecher hinzu. Man müsse berücksichtigen, dass ein Unternehmen sich nicht von heute auf morgen für den Einsatz eines Motivationssystems entscheidet, sondern sich dafür in der Regel zwischen sechs und zwölf Monaten Zeit lasse.

Externer Motivationsschub

Die Vision von „Motivation-as-a-Service" wurde von Gründer und CEO Thomas Liebtreu bereits Mitte der 1980er Jahre entwickelt. „Das Thema Motivation und Autohandel liegt definitiv in den Genen der asdag", so Liebtreu. Die branchenunabhängige Software sei für praktisch jedes Unternehmen jeder Größenordnung eine nützliche Ergänzung, da sie die Leistungsbereitschaft erhöhe und Betriebsergebnisse verbessere, hieß es auf Anbieterseite.

Das Unternehmen verfügt über Expertenwissen im Autohandel. „Wir waren ab dem Jahr 2002 bereits Lieferant der Bonifizierungsplattform des BMW Konzerns. Das System wurde unter dem Namen allstarlounge eingeführt", unterstrich der Gründer. Wettbewerbe müssen so aufgebaut sein, dass sie einen Handlungsimpuls auslösen und diesen dauerhaft verankern. „Die Prämie ist nur ein Moment dabei, aber nicht der wichtigste – denn die Prämie ist meistens als Belohnung an ein weit entferntes und schwer fassbares Ziel wie z. B. Absatz oder Erfolg geknüpft. Die Motivation muss jedoch auf dem ganzen Weg dorthin vorhanden sein, auf jedem einzelnen Schritt. Vertriebserfolg ist das positive Resultat vieler einzelner Schritte", präzisiert Reischl. asdagcloud mache diese Schritte für den Verkäufer sichtbar.

Warum sollten Betriebe zusätzlich zu den Hersteller-Incentives auf ein eigenes System setzen: Mit asdagcloud setze der Händler auf eine Lösung, die er selbst steuert und die auf seine Bedürfnisse ausgerichtet sei. *Martin Schachtner* ■

Gründer und Geschäftsführer Thomas Liebtreu konzipiert seit den achtziger Jahren für die Automobilbranche intelligente Verkäuferbonifizierungen.

Unternehmenssprecher Timo Reischl: „Motivation und Engagement ist das Produkt oder das Ergebnis von geeigneten Rahmenbedingungen."

AKTUELLE STUDIE

Es sind niemals Prämien oder Boni alleine, die für Motivation sorgen – das weiß man auch bei einem Anbieter dieser Systeme: „Leistung entsteht aus innerem Antrieb und der Überzeugung, das Richtige zu tun. Prämien können dabei unterstützen, aber nicht die Aufgabe lösen. Als Unternehmer müssen Sie die Lust Ihrer Leute auf den eigenen Erfolg und die eigenen Leistung fördern", erklärte Jakob Braendle, Consultant und Business Analyst bei asdag. Bonifizierungskonzepte könnten für eine Leistungskultur förderlich sein. Aktuell bereitet asdag eine spezielle Wettbewerbs-Studie vor. Untersucht werden Verlauf und Wirkungsweisen von Vertriebswettbewerben im Autohandel, hieß es in einer Mitteilung. Man sei noch auf der Suche nach Bewerbern mit mindestens zwei größeren Standorten und 50 Vertriebler je Standort. Die Teilnahme ist kostenfrei.

Fotos: application service development AG