

PSS – das weltbeste Verkaufstraining: mehr als 2 Millionen Anwender!

Das Verkaufstraining PSS – Professional Selling Skill, das Achieve Global unter Federführung von Kurt Kopta bei Verkaufstrainings anwendet, wurde vor 25 Jahren für den weltweiten Pharmakonzern PFIZER (Viagra und andere Marktleaderprodukte) entwickelt. Die Erfindung dabei war die INVERSION: Nicht der Verkäufer hat den Wunsch zu verkaufen, sondern der Kunde bekommt/hat den Wunsch, etwas zu kaufen oder zu verändern. Das PSS-Verkaufstraining wird alle 5 Jahre adaptiert und den sich ändernden Kunden- und Marktbedürfnissen zielgenau angepasst. Vor 20 Jahren kaufte Learning International das PSS System und später Times Mirror. Heute gibt es die fünfte Version in über 40 Sprachen, und an der nächsten, die im Jahre 2004 Verwendung finden wird, wird bereits gearbeitet. Einer der große Vorteile bei diesem Training ist das Lernen mit drei Medien, was bedeutet, dass drei Sinne des Menschen dabei unterschiedlich oft angesprochen werden: Die Verkaufstechniken werden sowohl auf Video gezeigt als auch dann mit Hörkassetten wiederholt und, für die visuellen Typen, der Trainee bekommt den Stoff auch in schriftlicher Form und kann damit aufbauend arbeiten und lernen.

Training bei Coca-Cola

Dieter Kotlovski, Verkaufs- und Marketingleiter bei Coca-Cola Handel, zeigt sich begeistert von diesem Trainingsprogramm: „PSS – Professionell Verkaufen ist das beste Ver-

Fotos: © privat



kaufssystem, das ich je kennen gelernt habe, es funktioniert sensationell“, meint Kotlovsky, der das Programm seit 20 Jahren kennt. „Die Fragetechnik, die gelernt und trainiert wird, ist dabei extrem gut. Der Verkäufer, der das einmal trainiert hat, kann gar nicht mehr anders, als gezielt fragen und hört auf, ungefragt die Vorzüge der Produkte anzupreisen. Er erfährt genaue Ansatzpunkte, um Bedürfnisse der Kunden zu erkennen und aufzugreifen. Die meisten Verkäufer greifen diese ‚Hölzel‘, die ihnen der Kunde wirft, nicht auf, weil sie nicht gut zuhören. Sie sind mit sich selbst und dem Produkt so beschäftigt, dass sie Signale der Kunden überhören.“ Besonders gut gefällt Kotlovsky das Lernen mit den drei Medien. „Der Trainer ist dabei wenig involviert, tritt nicht als Person in den Vordergrund, sondern lässt die Teilnehmer sehr dezent in den verschiedenen Medien lernen. Außerdem ist für mich das Training insgesamt sehr glaubwürdig, da jeder Schritt wissenschaftlich dokumentiert ist.“

Mag. Andrea Horacek, Recruiting, Learning, Development Managerin, spricht sich für den positiven Ansatz des „Train the Trainer“-Programmes aus: „Bei uns wurden die vier Region Sales Manager im „Train the Trainer“-Modul ausgebildet. So wissen sie als

Führungskräfte, was im Training passiert, und können nach dem Seminar gut für den Transfer sorgen. Außerdem können sie dann ihre Verkäufer selbst weiterbilden.“

Josef Faichtenauer, Gebietsverkaufsleiter und Trainer, ist ebenfalls sehr zufrieden mit der praxisbezogenen Trainingsmethode von PSS. „Bei uns wurde ausführlich trainiert, bis die Inhalte wirklich gesessen sind.“ Besonders begeistert ist auch Faichtenauer über das gezielte Lernen der Fragetechnik und des Gesprächsaufbaues. „Gerade in den Gesprächen mit den Kunden war unseren Verkäufern viel zu wenig bewusst, wie sie auf den Kunden eingehen können. Außerdem ist die umgängliche und angenehme Art des Trainers Kurt Kopta für uns alle ein Gewinn. Er weiß, wovon er spricht, und begeistert die Seminarteilnehmer.“ Faichtenauer trainiert selbst PSS bei 15 Kundenberatern in seinem Gebiet.

Josef Thüringer ist sales coordination manager: „Leider



wird man in unserer Gesellschaft oft scheinbar angesehen, wenn man zu viele Fragen stellt. Man erweckt den Anschein, als wäre man ein bisschen blöde, wenn man Dinge genauer hinterfragt, und so gewöhnt man es sich schon in jungen Jahre ab, Fragen zu stellen. Durch das Training mit

Achieve Global wurde uns dieser Umstand sehr bewusst gemacht, und die Verkäufer haben nun keine Scheu mehr, Fragen zu stellen, um dem Kunden auch das zu verkaufen, was er wirklich braucht.“

„Na und“-Probe

„Sehr effizient ist bei PSS die ‚Na-und-Probe‘, meint Kurt Kopta. „Wann immer ein Kunde ‚Na und?‘ sagen kann, ist es eine Eigenschaft des Produktes und kein Nutzen. Oder der Nutzen ist offensichtlich



nicht relevant für den Kunden.“ Kopta, geschäftsführender Gesellschafter von Achieve Global in Österreich hat im Frühjahr 2001 vier Gebietsverkaufsleiter, vier Supervisoren und zwei Trainingsmanager als PSS-Trainer bei Coca-Cola ausgebildet. „Zuvor wurde PSS als Kick-off und Pilot im Herbst 2001 mit allen Führungskräften von Coca-Cola Handel durchgeführt und anschließend auf den Bedarf der Verkaufsmannschaft abgestimmt. Die Gebietsverkaufsleiter haben mit Hilfe der Trainingsmanager alle 70 Sales Raps in 8 Monaten trainiert.“ Kurt Kopta: „Mein schönster Erfolg und somit auch der Erfolg von PSS bei Coca-Cola ist die Fortsetzung von PSS in der Gastronomie-Division von Coca-Cola im Juni.“

Infos: www.achieveglobe.com