

KPI und Vertrieb

KPI – Key Performance Indikator – kurz gesagt ein neues Modewort übersetzt mit ‚Hauptauführungszeiger‘ klingt genauso bescheuert wie CRM und wird eher Bürokraten und einer Verwaltung so ab 1.000 Mitarbeiter Spaß bringen, als einem gestandenen und etablierten Vertrieb. Schon einmal gefragt, warum sowenig erfolgreiche CRM-Systeme in Deutschland existent sind ? Weswegen Administration, Backoffice oder eine Verwaltung lediglich als Schnittstelle zu dem Vertrieb existieren? Warum dann CRM für den Vertrieb? Und davon ableitend warum KPI für den Vertrieb?

KPI – Key Performance Indikator – für was steht das eigentlich? Nehmen Sie sich doch einfach ein Studienhandbuch zum Thema ‚Betriebswirtschaftslehre‘ und schauen Sie im Index nach den ‚Sechs Erfolgsfaktoren in einem Unternehmen‘, die da wären:

- | | | |
|------------------|---|--|
| 1. Erfolgsfaktor | = | Kunden- und marktorientierte Strategien |
| 2. Erfolgsfaktor | = | strategie- und situationsorientierte Organisationsgestaltung |
| 3. Erfolgsfaktor | = | marktnahes Informationssystem |
| 4. Erfolgsfaktor | = | verstärkte Nutzung des Mitarbeiter-Potentials |
| 5. Erfolgsfaktor | = | effizientes Führungssystem |
| 6. Erfolgsfaktor | = | bestens praktizierte Kundennähe |

Es ist ziemlich irrelevant, ob die genannten Erfolgsfaktoren zu einer Person oder zu einem Unternehmen und deren Mitarbeiter gelebt werden. Von der Sache her, ist es ebenso belanglos, ob Sie sich mittels Software oder einem Blatt Papier weiterhelfen. Entscheidend allein ist die Tatsache, dass Sie sich Gedanken darüber machen, inwieweit Sie Änderungen und Ergänzungen, für die Orientierung an den Erfolgsfaktoren, bei sich in Angriff nehmen.

KPI ist nichts anderes als ein Erfolgszeiger für Ihre Organisation, um den Fortschritt anhand der Faktoren zu definieren und zu messen. Diese Indikatoren werden von Ihnen im voraus bestimmt, um einzig und alleine die Faktoren einer Organisation zu reflektieren. Sie dienen nicht dazu Interpretationen zuzulassen, diese müssen von Ihnen allein stetig hinterfragt und angepasst werden. Denn so wie der Markt dynamisch reagiert, sind auch Sie gezwungen Ihr Unternehmen derselben Dynamik zu unterwerfen.

Welche Indikatoren müssen ausgewählt werden?

- Reflektion der Ziele einer Organisation
- Schlüssel zu seinem Erfolg
- Quantifizierbar (messbar) sein.

Indikatoren sind normalerweise langfristige Überlegungen. Die Definition von dem, was sie sind, und wie sie gemessen werden, verändern Sie sich nicht oft. Die Ziele für den einen oder anderen Indikator verändern sich vielleicht, wie sich die Ziele der Organisation auch verändern.

Stimmt das? Kurzum gesagt – NEIN. Einzig und allein für sich betrachtet ist diese Aussage falsch. Wie wollen Sie den das bestimmen.

Was sagt das aus, wenn Sie einen Vertriebsbeauftragten mit einem Indikator belegen, der aussagt ‚Vier Neu-Kundentermine in der Woche‘ und das Ergebnis darunter oder darüber liegt. Nichts!

KPI's reflektieren einzig und alleine Ihre organisatorischen Ziele. Eine Organisation, die als eins seiner Ziele hat, das gewinnbringendste Unternehmen zu sein, wird Indikatoren einsetzen, die Gewinn messen und steuernde Maßnahmen wiedergeben.

Eine Schule ist nicht damit beschäftigt Gewinn zu machen, deshalb werden deren Indikatoren anders sein, wie zum Beispiel ‚Abschlussrate‘ und ‚Notengebung‘. Wenn ein Indikator einen Wert darstellt, muss es einen Weg geben, diesen zu definieren und zu messen.

Aussagen und daraus ableitende Indikatoren, wie bereits erwähnt, wie ‚Verkäufe verdoppeln‘ stellen Indikatoren ohne Wert dar, da diese alleine für sich stehend nicht wertbar sind. Ebenso ist der Indikator ‚Werden Sie die populärste Gesellschaft‘ nicht brauchbar, da es keinen Weg gibt, die Popularität einer Gesellschaft zu messen oder mit anderen zu vergleichen.

KPI's stellen den Schlüssel zu Ihrem organisatorischen Erfolg dar. Sie müssen jedoch bedenken, viele Sachen sind messbar und ohne jemanden, der Ihnen sagen kann ob die gewählten Indikatoren die richtigen sind oder was Sie daraus ableiten können werden Ihnen KPI's alleine nicht weiterhelfen. Vergessen sollten Sie dabei auch nicht, das KPI's aus dem Projektmanagement permanent zum Einsatz kommen. Diese heißen dort ‚Milestones‘, auf deutsch ‚Meilenstein‘ und im Sprachgebrauch ‚Zwischenergebnis‘, aber das klingt natürlich bei weitem nicht so interessant wie ‚KPI‘.

Die sechs Erfolgsfaktoren und daraus festgelegte Indikatoren werden Ihnen für die Erreichung der gesteckten Ziele im operativen und strategischen Umfeld weiterhelfen. Insofern ist das Thema ‚KPI‘ für jeden interessant und hilfreich.