

eLearning im Verkauf

07.07.2014, 18:35 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *BEST Bildungs-GmbH*



von Bernd Stelzer, Berufspädagoge Waldkappel

Verkaufstraining muss Präsenztraining sein, so ist die Meinung vieler Verkaufsleiter, Akademieleiter und Personaler, wenn es um die Weiterqualifizierung von Vertriebsmitarbeitern geht. Die Begründung für diese Ansicht ist denkbar einfach. Verkaufstraining muss affektives Training sein, an dessen Ende das Ziel steht, Dinge zu können, anstatt nur Kenntnisse zu erlangen. Die Zielsetzung ist lobenswert und sollte auch nicht verändert werden, nur ergeben sich dabei zwei wichtige Fragen:

1. Erfüllen Verkaufstrainings in der Regel die Forderung nach affektiv geführtem Unterricht?

Längst nicht immer. Bei vielen Verkaufstrainings handelt es sich um reine Vortragsveranstaltungen mit rein rezeptiver Ausrichtung. Nur wenige Verkaufstrainer setzen affektive Lernziele in Verkaufstrainings wirklich um. Das ergibt auch eine Untersuchung der Stiftung Warentest aus dem Jahr 2013. Hier wird bedauert, dass zwar Rollenspiele in den Seminarbeschreibungen angekündigt waren, oft jedoch nur ein einziges Rollenspiel durchgeführt wurde. Mit anderen Worten, in viel zu wenig Verkaufsseminaren werden affektive Lernziele zufriedenstellend erreicht. Und gerade die affektiven Lernziele gelten als Hauptbegründung gegen eLearning.

2. Können mit eLearning wirklich nur kognitive Lernziele erreicht werden?

Moderne eLearning ist nicht mehr nur das erstellte Programm das Text, Videos etc. ablaufen lässt und sich nur an das rezeptive Lernen richtet. Der Trend geht da schon mehr in Richtung virtuelle Classrooms, die den Dialog mit anderen Teilnehmern ermöglichen. Plattformen wie „Adobe Connect „ und „Citrix gotoTraining“ ermöglichen auch die Erarbeitung von Situationsaufgaben innerhalb kleiner Gruppen. Die Lösungen der Gruppen können im Plenum anschließend diskutiert werden. Mit anderen Worten, diese Systeme ermöglichen in sehr effizienter Form affektives Lernen und haben mit rein rezeptivem Lernen nicht mehr viel zu tun. Von der längst veralteten Ansicht, mit eLearning können man nur rezeptives Lernen veranstalten, sollte man deshalb besser Abstand nehmen.

Es lässt sich deshalb sehr häufig feststellen, dass Verkaufsseminare die affektiven Lernzielsetzungen gar nicht konsequent verfolgen und umsetzen, so dass dem Hauptargument gegen das eLearning das Fundament entzogen wird. Gleichzeitig hat sich das synchron gestaltete eLearning dahingehend weiterentwickelt, das auch affektive Lernziele erreichbar werden. Was spricht dann eigentlich noch für das Verkaufsseminar und besonders dann, wenn es vorrangig

expositorisch durchgeführt wird. Modernes e-Learning lässt sich zudem gut mit allen anderen Lernformaten, wie Arbeitsintegriertem Lernen, Selbstlernen und Lernveranstaltungen kombinieren, sodass deutlich bessere Lernerfolge zu erreichen sind, als bei einer Maßnahme, die nur aus Lernveranstaltungen besteht. Entscheidend oder viel entscheidender als in der Vergangenheit ist das didaktische Design einer Maßnahme, weil sich hieraus der Lernerfolg weitgehend bestimmt. Interessant in diesem Zusammenhang ist die Tatsache, dass Lernveranstaltungen (Seminare) oft einzig aufgrund der Inhaltsbeschreibung gebucht werden ohne die Lerntiefen, die Methodik und das motivationale Design zu kennen. Gute e-Learning oder Blended-Learning Veranstaltungen geben dagegen mehr Aufschluss über die didaktische Gestaltung einer Maßnahme. Es spricht deshalb aus rein pädagogischer Sichtweise vieles dafür, den Verkauf auf e-Learning oder Blended-Learning auszurichten, wenn man zudem bedenkt, dass eine deutlich bessere Evaluation und ein höherer Lerntransfer möglich werden. Bisher wurde aber noch gar nicht von der Ökonomie gesprochen. Geht man davon aus, dass im Rahmen einer Vollkostenrechnung eine

E-Learning Maßnahme nur etwa 30-50% der Kosten verursacht als eine vergleichbare in Präsenz- seminaren durchgeführte Maßnahme, dann ist das sicher noch ein weiteres schlagkräftiges Argument für das eLearning im Verkauf. Wichtig ist, den alten Zopf abzuschneiden, eLearning als rein rezeptive Weiterbildung aus den Köpfen zu bringen und anzufangen sich mit den neuen Möglichkeiten des eLearning zu beschäftigen. Weitere Informationen unter: www.verkaufsschule.de

Portrait

Die BEST Bildungs-GmbH wurde in 1992 von Bernd Stelzer in Linden/Hessen gegründet und entwickelte als erster Anbieter ein Konzept zu der Fortbildung "Fachberater im Außendienst (IHK)". Die kurz darauf veröffentlichte Fachbuchreihe "Der Fachberater im Außendienst", das sehr praxisorientierte Ausbildungskonzept und die mehrfache Auszeichnung bei Trainingspreisen verhalfen der BEST Bildungs-GmbH, zur Marktführerschaft in diesem Bereich. In 1996 folgte die Aufstiegsfortbildung zum "Fachkaufmann für Vertrieb (IHK)". Bei der Entwicklung des Rahmenstoffplanes für dieses Berufsbild durch die IHK Düsseldorf wirkte die BEST GmbH mit und entwickelte sich auch hier zum führenden Anbieter.

In 1999 wurde das Konzept Fachkaufmann für Vertrieb mit einem "Certificate of Excellence" beim Internationalen Deutschen Trainingspreis ausgezeichnet. Das Konzept "Optimierung des Verkäuferportfolios" gewinnt in 2003 den Internationalen Deutschen Trainingspreis in Bronze. Wegen der guten Erfolgsquote und der hohen Nachhaltigkeit erhält die BEST GmbH in 2008 den 5-Year-Award des BDVT.

In 2003 beginnt die BEST Bildungs-GmbH das Aus- und Fortbildungsprogramm auf den Bereich der betrieblichen Bildung auszuweiten. Es entstand die Aufstiegsfortbildung zum "Vertriebsleiter & Trainer". Eine Fortbildung, die aufgrund der Marktentwicklung von Anfang an sehr hohe Akzeptanz im Markt gefunden hat. Die BEST GmbH wird Netzwerpartner im TAN-Trainernetzwerk des BDVT und bildet nach diesem Konzept Trainer aus.

In 2006 entwickelt die BEST GmbH eigenständige Trainerausbildungen und kooperiert in diesem Bereich mit verschiedenen IHK'n. Die Trainerausbildungen beinhalten die Kurse "Trainer (IHK)", "Trainer & Coach (IHK) und Management- und Führungstrainer (IHK)". Die BEST Bildungs-GmbH entwickelt sich innerhalb weniger Jahre zu einem führenden deutschen Anbieter von Trainerausbildungen.

Seit 2007 bietet die BEST GmbH, als einer der ersten Anbieter, die gesetzlich geregelten Aufstiegsfortbildungen im Bereich Pädagogik an und entwickelt sich aufgrund des einzigartigen Kurskonzeptes zu einem führenden Premiumanbieter in diesem Bereich. Alle Vorbereitungskurse der BEST Bildungs-GmbH werden an verschiedenen Standorten in Deutschland durchgeführt.

Mit der Aufnahme der Pädagogikfortbildungen wurde das schon bestehende Blended-Learning System professionalisiert. Alle Aufstiegsfortbildungen werden heute im Blended-Learning-Verfahren durchgeführt. Der wichtigste Grund dafür ist die zeitliche Effizienz, die sich aus diesen Systemen für die Teilnehmer ergibt. Bei den IHK-Prüfungen erzielt die BEST Bildungs-GmbH überdurchschnittlich gute Ergebnisse. Sowohl im Vertriebsbereich als auch im pädagogischen Bereich

liegt die Quate der Erstbesteher über 95%. Mit der neuen Kursgestaltung sinkt auch die Kursabdruchquote unter 5%. Darauf sind wir besonders stolz.

Mit Aufnahme der pädagogischen Fortbildung verändert sich auch die Philosophie der Kursgestaltung bei der BEST Bildungs-GmbH. Das unternehmen gilt nicht nur aus Vorreiter im Bereich Blended-Learning sondern auch im Bereich des modernen Handlungslernens. Teilnehmeraktive Seminare mit Elan und Spass führen zu hoher Teilnehmerzufriedenheit. Die BEST bildungs-GmbH ist ein Zertifiziertes Unternehmen nach dem QM-System AZAV und strebt für das Jahr 2014 darüberhinaus die Zertifizierung nach DIN-ISO 29990 an. Das ist die Gewährleistung dafür, dass die Teilnehmer bei der BEST Bildungs-GmbH Meister-Bafög Förderung und Qualifizierungsschecks erhalten können. In 2012 entsteht die "Moderne Verkaufsschule" als Business-Unit der BEST bildungs-GmbH. Die Verkaufsschule ist die erste Bildungseinrichtung im Vertrieb, die neue Formen des ELearning (Online-Teaching) im Verkaufstrainingsbereich anbietet und damit Verkäufer nach Reifegrad individuell entwickelt.

News-ID: 804429 • Views: 931 (Stand: 16.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/804429/eLearning-im-Verkauf.html>