

**„PPG Fast“. Forward.
Entwicklung einer Verkaufsmaschine
Schlüsselbotschaften**

Wir haben die Absicht, eine One PPG-„Verkaufsmaschine“ zu schaffen, um mit einer Verkaufsorganisation von Weltklasse und einem 360°-Bild der Kunden marktführendes organisches Wachstum zu erzielen.

- Die „Verkaufsmaschine“ wird die Vertriebskultur von PPG verändern, indem sie auf unser Wissen von Technologie und Kundennähe aufbaut und mit einem einheitlichen Betriebsablauf, datengestützten Entscheidungsfindungen und standardisierten Kernkennzahlen das Wachstum beschleunigt.
- Das Kernstück dieser kulturellen Transformation ist die durchgängige Nutzung der „ClientLink Customer Relationship Management-Plattform“, um die Verkaufsaktivität zu beobachten und die Umsätze über den gesamten Verkaufszyklus zu prognostizieren.
- Mit übersichtlichen, bereichsübergreifenden Daten erzielen wir bessere Einblicke in unsere Kundenbeziehungen, wodurch wir den Wert all dessen, was PPG zu bieten hat, besser erfassen können. Dies wird uns dazu verhelfen, unseren Kunden einen effektiveren Service zu bieten, wodurch wir ihren Erfolg ermöglichen und gleichzeitig das Wachstum von PPG fördern.

Während wir danach streben, eine globale PPG-„Verkaufsmaschine“ zu entwickeln, werden wir damit beginnen, dass wir unser Konzept mit drei Kontrollgruppen während eines zwölfwöchigen Pilotprogramms testen. Dies wird es uns ermöglichen, den Erfolg und das erworbene Wissen auszuwerten, um festzustellen, wie wir am effektivsten vorgehen können.

- Die Pilotprogramme begannen am 21. September und laufen bis zum 11. Dezember. Die laufende Auswertung besteht aus wöchentlichen Scorecard-Berichten, regelmäßigen Teambewertungen, Feedback-Kontrollpunkten sowie einer zweiwöchentlichen Prüfung durch die verantwortliche Führungskraft.
- Ein Pilotprojekt im Bereich Spezialbeschichtungen und -materialien schließt die gesamten globalen Vertriebs- und Marketing-Teams mit ein.
- Bei Architectural Coatings UK läuft ein Pilotprojekt in der gesamten Handelsvertriebsorganisation unter Einbeziehung von Spezialvertriebsmitarbeitern.
- Das Pilotprojekt für Architectural Coatings in den USA und Kanada umfasst sechs regionale Verkaufsteams für US-Geschäfte – jeweils ein Vertreter pro US-Zone.

Die Triebkraft hinter der „Verkaufsmaschine“ wird unser begabtes Vertriebsteam sein, welches von erweiterten Führungsschulungen, individuellen Entwicklungsmaßnahmen, einem 360°-Bild für die Kunden und mehr Vertriebsinteressenten, mit besseren Verkaufschancen, profitieren wird.

- **Führungskompetenzen und Weiterbildung**
 - Eine Forschungsstudie nach der anderen spricht über das Problem der Qualifikationslücken. Dabei handelt es sich um ein globales Problem, das Unternehmen viel Geld und Umsatzeinbußen kostet. Wie können wir also

sichergehen, dass unsere Mitarbeiter die Fertigkeiten besitzen, die sie zur Erreichung unserer Ziele benötigen?

- Mit der Unterstützung von SkillDirector, einem externen Schulungspartner, werden wir auf den bisherigen Miller Heiman-Schulungen aufbauen, um unsere Führungskräfte in die Lage zu versetzen, eine Lernkultur zu fördern, in der die Weiterbildung von Mitarbeitern und das Schließen von Qualifikationslücken oberste Priorität haben, um somit unsere Kunden zu überzeugen.
 - SkillDirector unterstützt individuelle und vom Manager eingeleitete Qualifikationsbeurteilungen online. So können alle Mitglieder der Pilotprojektteams Daten über ihre Qualifikationen erfassen und zusammenstellen und dadurch Entwicklungspotentiale aufdecken. Die anfängliche Beurteilung dient als Ausgangswert, anhand dessen wir bestimmen, was wir erreicht haben und welche Richtung wir einschlagen müssen.
 - Ausgehend von der anfänglichen Qualifikationsbeurteilung bieten wir angepasste, individuelle Online-Schulungen und fortlaufendes Coaching an, um individuelle Qualifikationslücken zu schließen. Dies unterscheidet sich stark von den allgemeinen Schulungen, die unsere Vertriebsteams vielleicht gewohnt sind.
 - Im Laufe der Zeit werden wir weitere Qualifikationsbeurteilungen durchführen, um die Wirkung unseres Coaching- und Schulungsangebots zu ermitteln und entsprechende Anpassungen vorzunehmen.
- **Betrieblicher Ablauf**
 - Um die Vorteile unserer Kundenbeziehungen zu nutzen und den Wert als „One PPG“ zu steigern, müssen wir die Einführung einheitlicher Verkaufsprozesse und -mittel, einschließlich des ClientLink Customer Relationship Management (CRM)-Systems, in unserem gesamten Unternehmen weiter vorantreiben.
 - Wir sind davon überzeugt, dass eine verstärkte Nutzung von ClientLink neben der Etablierung eines einheitlichen Betriebsablaufes und eines klaren Vertriebs-Pipeline-Prozesses Wachstumschancen bietet und die Ausweitung unseres Geschäftes unterstützt. Darüber hinaus können wir dadurch die Vorteile als „One PPG“ realisieren.
 - Die Pilotprogrammteams werden nach einem anfänglichen Betriebsablaufsmodell mit wöchentlichen Scorecard-Berichten arbeiten, um eine robuste, datengestützte Pipeline aufzubauen.
 - Das anfängliche Betriebsablaufsmodell wird auf der Grundlage der Erkenntnisse aus dem Pilotprogramm weiter definiert und geprüft, während wir es in der gesamten globalen Organisation ausbauen.
 - **Messung**
 - Die Pilotprogramme der „Verkaufsmaschine“ werden anhand klar definierter Kennzahlen zur Kernprozesseffektivität gemessen, einschließlich 1) Leitindikatoren zur Akzeptanz, 2) Prozessqualität und 3) Prozessergebnisse.
 - Bei den Leitindikatoren zur Akzeptanz stehen das Coaching und der Pipeline-Prozess im Mittelpunkt. Diese Kennzahlen umfassen angemeldete CRM-

- Sitzungen, Kundenbindung, Anreicherung von Kundendaten und Interessenten, die innerhalb von zehn Geschäftstagen kontaktiert wurden.
- Die Kennzahlen zur Prozessqualität werden sich auf die Verbesserung der Pipeline-Größe, der Qualität und der Umsetzungsgeschwindigkeit konzentrieren. Diese Kennzahlen umfassen stagnierende Verkaufschancen in der Vertriebsphase, den Wert der Verkaufschancen-Pipeline bei den Topkunden und den Wert der Verkaufschancen-Pipeline nach Vertriebsmitarbeitern.
 - Zu den Kennzahlen für das Prozessergebnis gehören die Abschlussquote, der durchschnittliche Vertriebszyklus und die Verkaufsergebnisse nach Vertriebsmitarbeiter.
 - Diese Kennzahlen werden über die wöchentlichen Scorecard-Berichte gemessen, die es uns ermöglichen, diese Kennzahlen zu bewerten und anzupassen, um eine Reihe von Kernkennzahlen zur kommerziellen Exzellenz für PPG fertigzustellen.
 - Das Pilotprogramm gilt als effektiv und wird entsprechend skaliert, wenn folgende Ergebnisse erreicht werden:
 - Die Erkennung derzeitiger Qualifikationslücken und individuelle Schulungen verbesserte die Effektivität unserer Vertriebsteams.
 - Die Einführung eines einheitlichen Betriebsablaufes ermöglichte dem Verkaufsteam eine effizientere und effektivere Priorisierung der Geschäfte in seiner Pipeline.
 - Die Pipeline wurde beschleunigt, der Vertriebszyklus verkürzt und die Auftragsabschlussquote verbessert.
 - Wir konnten größere Aufträge gewinnen und die Kundenausschöpfung verbessern.
 - Wir konnten das Pilotprogrammmodell erfolgreich im gesamten PPG-Unternehmen skalieren.

Botschaft in 5 Minuten

- Wir haben die Absicht, eine One PPG-„Verkaufsmaschine“ zu schaffen, um mit einer Verkaufsorganisation von Weltklasse und einem 360°-Bild für die Kunden marktführendes organisches Wachstum zu erzielen.
- Die „Verkaufsmaschine“ wird die Vertriebskultur von PPG verändern, indem sie auf unser Wissen von Technologie und Kundennähe aufbaut und mit einem einheitlichen Betriebsablauf, datengestützten Entscheidungsfindungen und standardisierten Kernkennzahlen das Wachstum beschleunigt.
- Wir sind davon überzeugt, dass eine verstärkte Nutzung von ClientLink neben der Etablierung eines einheitlichen Betriebsablaufes und eines klaren Vertriebs-Pipeline-Prozesses Wachstumschancen bietet und die Ausweitung unseres Geschäftes unterstützt. Darüber hinaus können wir dadurch die Vorteile als „One PPG“ realisieren.
- Während wir danach streben, eine globale PPG-„Verkaufsmaschine“ zu entwickeln, werden wir damit beginnen, dass wir unser Konzept mit drei Kontrollgruppen während eines zwölfwöchigen Pilotprogramms testen. Dies wird es uns ermöglichen, den Erfolg und das erworbene Wissen auszuwerten, um festzustellen, wie wir am effektivsten vorgehen können.

- Die Pilotprogramme der Verkaufsmaschine werden anhand klar definierter Kennzahlen für die Kernprozesseffektivität gemessen, sodass wir in der Lage sind, diese zu bewerten und anzupassen, um eine Reihe von Kennzahlen für die kommerzielle Exzellenz von PPG fertigzustellen.
- Das Pilotprogramm gilt als effektiv und wird entsprechend skaliert, wenn folgende Ergebnisse erreicht werden:
 - Die Erkennung derzeitiger Qualifikationslücken und individuelle Schulungen verbesserte die Effektivität unserer Vertriebsteams.
 - Dank der Umsetzung eines einheitlichen Betriebsablaufes konnte das Vertriebsteam die Geschäfte in der Pipeline effizienter und effektiver priorisieren.
 - Die Pipeline wurde beschleunigt, der Vertriebszyklus verkürzt und die Auftragsabschlussquote verbessert.
 - Wir konnten größere Aufträge gewinnen und die Kundenausschöpfung verbessern.
 - Wir konnten das Pilotprogrammmodell erfolgreich im gesamten PPG-Unternehmen skalieren.