



ÖSTERREICHS INSIDERBLATT FÜR DIE ELEKTROBRANCHE
Ausgabe 11/2021

Service

MediaMarkt

Waldner



MEDIA IM WANDEL

WIRD DIE FLÄCHE ZUR LAST?

Lange Zeit galt im stationären Handel das Credo „Fläche, Fläche, Fläche“. Auf Grund der veränderten Kundenanforderungen ist das heute anders. Das hat auch MediaMarkt(Saturn) zu spüren bekommen. Der Riese geriet ins Wanken, Corona hat sein Übriges dazu beigetragen. Ein tiefgreifender Umstrukturierungsprozess soll nun die Zukunft sichern.

BLACK FRIDAY 2021

Gemischte Gefühle & schlechtes Timing

ERFOLG FÜR ÖSTERREICH

Klaus Steinmaurer zum neuen TKG

AR-SPECIAL

Interaktives von Baytronic, ElectronicPartner, Jura und MBauer

PHOTOVOLTAIK-FACHTAGUNG

EAG auf dem Prüfstand

CREMESSO MAURER BLICKT ZURÜCK

„G'scheit erwischt“

WHISTLEBLOWER

Suche nach sicherem Kanal

MAGENTA SALESNEWS

Qualität führt

WALTER GRUSETCHI

Premium-Strategie fruchtet

WACHSTUMSWÜNSCHE

Strong will mehr

MEHR ALS EIN ZUSATZGESCHÄFT

Zubehörschwerpunkt in der E&W

REKORDTEILNAHME BEIM LEHRLINGSWEBINAR MIT HANNES KATZENBEISSER

„Der WOW-Effekt war gegeben“

Die Lehrlings-Webinare des Fachausschusses für Lehrlingsausbildung und Weiterbildung im Elektrohandel gehen in die nächste Runde. Am 3. November gab es für die Auszubildenden ein Motivations- und Verkaufseminar mit Hannes Katzenbeisser. Dabei ging es nicht nur um das 1x1 des erfolgreichen Verkaufsgesprächs, sondern auch viel um die Motivation und die Freude am Verkaufen selbst.

TEXT: Julia Jamy | FOTOS: Schebach/Samsung | INFO: www.elektro.at

Nach dem großen Erfolg mit Elektra Bregenz wandte sich der Fachausschuss in diesem Lehrlings-Webinar dem Verkaufen selbst zu. Verkaufs-Experte Hannes Katzenbeisser vermittelte den Lehrlingen die Eckpfeiler eines erfolgreichen Verkaufsgesprächs und somit auch die Freude am Verkaufen. Mit knapp 120 Anmeldungen aus ganz Österreich konnte der Teilnehmer-Rekord vom letzten Mal (90 Anmeldungen) sogar nochmal getoppt werden.

VERKAUF IM DIGITALEN ZEITALTER

Nach einer kurzen Begrüßung durch Bianca Dvorak, Geschäftsführer-Stellvertreterin des Bundesgremiums, ging es auch schon los. Hannes Katzenbeisser verriet den Lehrlingen die vier Phasen des Verkaufsgesprächs und erklärte, worauf es im Verkauf im digitalen Zeitalter wirklich ankommt: „Es ist nicht einfacher geworden im Verkauf. Kunden können auf Google sehr schnell Informationen über Produkte finden. Der Grund, warum Google, Amazon und Co. so erfolgreich sind, ist, weil sie die Bedürfnisse der Menschen verstehen. Es ist wichtig mit den Emotionen der Kunden umgehen zu können.“

Im Anschluss gab es für die Lehrlinge die Möglichkeit, ihr erworbenes Wissen gleich in die Praxis umzusetzen. In zwei verschiedenen Übungen mussten die Auszubildenden sich persönlich vorstellen und auch ihr Gegenüber mit gezielten Fragen genauer kennenlernen.

AM PUNKT

REKORD

Beim WW-Webinar des Bundesgremiums haben knapp 120 Lehrlinge teilgenommen.

VIEL GELERNT

Hannes Katzenbeisser verriet den Lehrlingen, worauf es im Verkauf wirklich ankommt.

TOLLE PREISE

Beim Gewinnspiel warteten wieder großartige Preise auf die Auszubildenden.



Hannes Katzenbeisser in seinem Element bei den Sales Champions in Salzburg. Beim WW-Webinar des Bundesgremiums gab es wieder großartige Preise zu gewinnen wie z.B. das Samsung Galaxy S20.



©Samsung

„Im Verkauf ist es nämlich wichtig, den Kunden genau kennenzulernen, um zu wissen, was seine Wünsche und Sorgen sind“, erklärte Hannes Katzenbeisser.

ÜBERRASCHUNG

Als Überraschung gab es für die Lehrlinge vom Verkaufs-Experten die Sales-Butler-App kostenlos zur Verfügung gestellt. Mit der Trainings-App können die Auszubildenden weitere Tipps und Tricks für ein noch erfolgreicherer Verkaufsgespräch erlernen.

Zum Schluss konnten die Teilnehmer ihr erworbenes Wissen noch einmal in einem Quiz überprüfen. Auch dieses Mal gab es wieder großartige Preise zu gewinnen. Beim letzten Lehrlings-Webinar Gewinnspiel konnte sich der Auszubildende bei Radio Krejcik, Semih Jakupi, über eine HiFi-Anlage von Grundig freuen. Mit 100% richtigen Antworten war er damals um ein paar Sekunden schneller als seine Konkurrenten.

Dieses Mal konnten die Lehrlinge insgesamt drei Smartphones, von Netzbetreiber Drei gestiftet, gewinnen. Darunter war auch ein Samsung Galaxy S20.

DER WOW-EFFEKT

Bianca Dvorak zeigt sich von dem Webinar begeistert, wie sie gegenüber E&W erklärt: „Es war diesmal etwas ganz anderes. Normalerweise hatten wir bei unseren Lehrlings-Webinaren immer Produktschulungen. Dieses Mal war es ein Verkaufstraining für unsere Lehrlinge. Hannes Katzenbeisser hat das ganz anders aufgezogen und super gemacht.“

Außerdem freut sie sich über den Zuspruch, der von den Lehrlingen gekommen ist: „Insgesamt sind alle 116 Lehrlinge bis zum Schluss drangeblieben. Das Feedback war durchwegs positiv. Die Erwartungen wurden auf jeden Fall erfüllt und die Lehrlinge konnten einiges von dem Seminar mitnehmen.“

Auch Christine Kühn, Vorsitzende des Fachausschusses für Lehrlingsausbildung Weiterbildung, hält mit ihrer Begeisterung nicht hinterm Berg: „Die Erwartungen wurden auf jeden Fall erfüllt. Hannes Katzenbeisser hat das super gemacht und die Lehrlinge waren begeistert. Der WOW-Effekt war gegeben.“

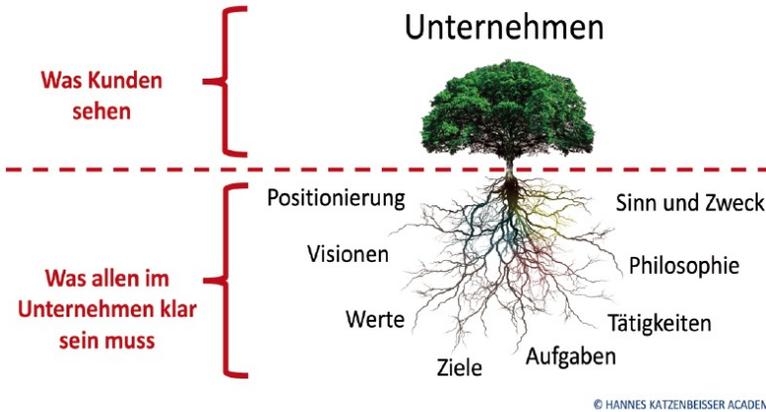
Nach so einem Erfolg kann man wohl davon ausgehen, dass dies nicht das letzte Webinar des Bundesgremiums war. ■

UNTERNEHMENSBERATER HANNES KATZENBEISSER IM INTERVIEW

Marketing ist Chefsache

Nachdem das dauernde Klagen über mangelnde Warenverfügbarkeit, ruinöse Preisschlachten in der Elektrobranche und den Fachkräftemangel auch niemanden weiterbringt, hinterfragen immer mehr Händler ihre bisherigen Strategien. Hannes Katzenbeisser kann erzählen, was verantwortungsvolle Unternehmer genau jetzt machen, um ihre Weichen für die Zukunft komplett neu stellen.

TEXT: Redaktion | FOTOS: Hannes Katzenbeisser | INFO: www.hanneskatzenbeisser.com



Basierend auf dem Wissen der Elite-Universitäten, werden Unternehmer in der Hannes Katzenbeisser Academy motiviert, die Werkzeuge der erfolgreichen Giganten für sich selbst anzuwenden.

War die Freude über den durch die Pandemie gezündeten Digitalisierungs-Hype anfangs groß, so stellt sich bei vielen spätestens dann Ernüchterung ein, wenn die gesetzten Aktivitäten keinen Erfolg zeigen. „Jede Unternehmung braucht einen ganzheitlichen Masterplan, der klar kommuniziert werden muss“, ist sich Verkaufsprofi Hannes Katzenbeisser sicher. Bei vielen Unternehmen in verschiedensten Branchen stoße er immer wieder auf Situationen, wo selbst Führungskräfte ihre Ziele nicht definiert hätten und von ihren Mitarbeitern aber gleichzeitig erwarten, dass diese mit Vollgas auf selbige zusteuern sollen. Viele verließen sich dabei auf Ziele ihrer Lieferanten oder Zentralen, doch die wiederum sind von den Inputs aus vorderster Front abhängig und wünschen sich nichts mehr, als kreative Ideen und Feedbacks, um so schnell und effizient wie möglich nachschärfen und entscheiden zu können. „Dort liegt die unheimliche Stärke vieler Start Ups und der erfolgreichsten Unternehmen dieser Welt. Sie sind neugierig und beherrschen eine besondere Kultur des Scheiterns“, berichtet

Wenn ich als Unternehmen keine klar kommunizierten Ziele habe, in welche Richtung sollen die Mitarbeiter dann laufen?

Hannes Katzenbeisser

Katzenbeisser, der neben EPU, KMU und Organisationen auch Konzerne mit seinem fünfköpfigen Expertenteam berät, mitentwickelt und deren Mitarbeiter trainiert.

CHEF SEIN 2022

„Wenn wir über Mitarbeiter an der Verkaufsfant urteilen, sollten wir immer hinterfragen, wer ihnen als Vorbild für ihren Einsatz und ihre Leistungen gedient hat“, will Katzenbeisser klar und deutlich machen. Den meisten Unternehmen selbst fehle es an Kreativität, weil sie selbst in ihrer fachlichen Herkunft verhaftet sind. Es gehöre allerdings auch zur Aufgabe eines jeden Unternehmers, sich neben Finanzen, fachlichen Themen und kaufmännischen Agenden auch um die Bereiche Strategie und Mitarbeiterentwicklung zu kümmern. „Was Mitarbeiter sofort bemerken, ist, wenn beim Chef das Feuer der Begeisterung bereits erloschen ist, wenn er keine neuen Ideen hat, wenn ihm seine Hobbies wichtiger sind, als neue Ideen für die Firma zu entwickeln.“ Dass es nie zu spät ist,

aus der verstaubten Unternehmerrolle auszubrechen und als Motivationsturbo durchzustarten, davon ist Katzenbeisser überzeugt und kann dies auch belegen. „Wie so oft im Leben ist der erste Schritt der schwierigste, und so ist es auch hier. Sobald aber das Eis gebrochen ist und Unternehmer und Führungskräfte entdecken, wie sie selbst als Konsumenten und Menschen auf so viele der WOW-Effekte aus Marketing und Neuromarketing ansprechen, beginnen sie mit der Umsetzung und haben Riesenspaß dabei, ist Katzenbeisser sichtbar stolz auf seine Kunden, die sich den Werkzeugen des digitalen Zeitalters nicht verschließen und plötzlich auch zu schätzen wissen, was Industrie und Zentralen in den letzten Jahrzehnten schon geleistet haben. „Diese Erkenntnisse sind ansteckend und zeigen, wieviel Kreativität in vielen Firmen seit Jahren nur so dahinschlummert.“

DIE 8 GRÖSSTEN FEHLER IM MARKETING

Es hat sich zu einem der bestbewerteten Unternehmerseminare Europas entwickelt, denn beim WOW-Effekt-MasterPlan-Seminar führt Katzenbeisser die Teilnehmer in drei Tagen durch 52 WOW-Effekte, mit denen sie nicht nur ihre Angebote schärfen können, sondern auch kaufmännisch und strategisch selbst unternehmerische Meilensteine setzen. Und er wäre nicht „der Mann aus der Praxis, für die Praxis“, würde er seinen Teilnehmern nicht von Anfang an wertvolle Erkenntnisse aus der Praxis zur Vermeidung von Fehlern mitgeben, die er gerne auf den Punkt bringt:

1. Mangelnde Positionierung

Wer keine klare Positionierung hat, wird nicht in die Sichtbarkeit des Kunden kommen und im Überangebot des Marktes untergehen. „Die Masse bekommt, was die Masse macht“, warnt Katzenbeisser eindringlich, denn in Zeiten der Spezialisierung müsse klar sein, dass Einzigartigkeit der Schlüssel zum Erfolg ist.

2. Das Gleiche machen wie der Marktführer

„Analysiere einfach die erfolgreichsten Unternehmen und erkenne, was sie anders gemacht haben“, empfiehlt Katzenbeisser und fragt beispielhaft „Was wäre passiert, hätte Apple sein erstes iPhone damals auch mit Tasten angeboten?“

3. Zu glauben, Marktführer sein geht nicht

Alle erfolgreichen Unternehmer hatten große Ziele. „Wenn du selbst nicht daran glaubst, dass es möglich ist, Marktführer zu werden, warum sollten deine Mitarbeiter dann an dich und deine Kunden an dein Unternehmen glauben? Entwickle eine Vision der Marktführerschaft, in deiner Branche, deinem Einzugsgebiet, deinen Leistungen, deiner Zielgruppe!“

Es ist einfach faszinierend, mit welcher Begeisterung sich Unternehmer ins Zeug legen, sobald sie selbst an den wichtigsten Marketing-Schrauben drehen können!

Hannes Katzenbeisser

4. Marketing an andere delegieren

„Die DNA eines jeden Unternehmens muss aus dem Unternehmen selbst kommen“, predigt Katzenbeisser. „Wenn du deine eigene Story von jemand anderem schreiben lässt, vielleicht sogar von jemandem, der noch nie in deinem Unternehmen war oder noch nie die Luft an der Verkaufsfondt geschnuppert hat, wird dein Unternehmen keinen ‚Spirit‘ finden.“

5. Mehr Produkte & Dienstleistungen
Viele Unternehmer glauben, immer größere Auswahl schaffen zu müssen, um

mit der Auswahl der Konkurrenz mithalten zu können. „Konzentriere dich auf nur drei Lösungen und du wirst noch mehr Premium-Produkte, mehr ‚Cash Cows‘ im Mittelfeld und weniger ‚Must have‘-Einsteiger verkaufen.“ Es dem Kunden so einfach wie möglich zu machen, eine Entscheidung zu fällen, sei das Ziel.

6. Klassische Werbung

Die Art und Weise, wie, sowie der Ort, an dem Kunden Werbung wahrnehmen, hat sich verändert. Online-Werbung sei allerdings kein Selbstläufer und funktioniert ganz anders als traditionelle

Print-, Radio- oder Direct-Mail-Werbung, dafür ist der Erfolg und Misserfolg sofort messbar!

7. Weniger geben, als man verspricht

Die Erwartungshaltung

des Kunden zu übertreffen, ist einer der ganz großen Joker unserer Zeit! „Unternehmer, die sich den Kopf über den ‚Lifetime Value of a Customer‘ nie zerbrochen haben, starten täglich bei Null“, warnt Katzenbeisser vor kurzfristigem Denken.

8. Imagewerbung statt Verkaufswerbung

„Marketing muss verkaufen“, stellt Unternehmensberater und Top 100 Speaker Hannes Katzenbeisser unmissverständlich fest. „Wer die Werkzeuge des digitalen Zeitalters nicht anwendet, läuft Gefahr, in Selbstverliebtheit zu sterben!“

DREI WOW-EFFEKTE FÜR DIE SOFORTIGE UMSETZUNG



DER KONTINUITÄTS-EFFEKT



Innerhalb von 10 bis 20 Tagen nach dem Kaufabschluss kaufen im Durchschnitt 25% aller Kunden das nächste Produkt, wenn sie ein interessantes Angebot erhalten! Sogar dann, wenn sie die Erstbestellung noch nicht einmal ausgeliefert bekommen haben. Einfach erklärt: Nach erfolgreichem Kaufabschluss am Ball bleiben! Selbst wenn der Kunde noch keine Lieferung seiner Bestellung erhalten hat, ist er bereit, ein weiteres Produkt zu kaufen. Wer drei Produkte gekauft hat, kauft auch oft automatisch das vierte Produkt, nur weil es angeboten wird.

DER HALO-EFFEKT



Diese kognitive Verzerrung sorgt dafür, dass der Mensch von bekannten Eigenschaften einer Person auf unbekannte Eigenschaften schließt! Gutaussehende Menschen beispielsweise verdienen 12-14% mehr als weniger gutaussehende. Attraktiven Menschen wird mehr geholfen. Deshalb: Was erwartet meine Kunden, wenn sie das Geschäft betreten? Welche Testimonials und Bilder habe ich im Eingangsbereich?

DER ABO-EFFEKT



Der Kunde will Bequemlichkeit! Abos sparen dem Kunden nicht nur viel Zeit und viel Geld, da sie günstiger sind, sondern geben ihm auch die Sicherheit, nichts zu versäumen oder auf nichts verzichten zu müssen. Der Kunde ist dankbar, nicht ständig auswählen und neu entscheiden zu müssen. Was bei Socken, Kaffeeapseln und Rasierklingen funktioniert, klappt auch bestens bei Software-Updates, Staubsaugersäcken, Wartungsverträgen, kostenpflichtigen Garantie-Ablauf-Erinnerungen und Datensicherungen. Übrigens: 80% der Menschen schauen ihre Kontoauszüge nicht im Detail an.

ALLE 52 WOW-EFFEKTE FINDEST DU IN DER KOSTENFREIEN SALESBUTLER®-APP!

WWW.SALESBUTLER.APP

DAS KOMPAKT-WEBINAR FÜR UNTERNEHMER



Einfach auf www.hanneskatenbeisser.com ein GRATIS-TICKET holen und mitmachen!

Beim einstündigen WOW-Effekt-UmsatzTurbo-Webinar liefert Hannes Katzenbeisser Lösungen zur sofortigen Umsetzung und garantiert wertvolle Erkenntnisse und Motivation für das erfolgreiche Verkaufen im digitalen Zeitalter. Mehr als 3.000 begeisterte Teilnehmer im letzten Jahr und über 98% Top-Bewertungen machen die Kompakt-Webinare mit Hannes Katzenbeisser offensichtlich einzigartig.

Die Teilnahme an diesem Kompakt-Webinar erfolgt interaktiv mit Kamera und Mikro und bringt jeden Unternehmer in nur 60 Minuten garantiert weiter, versprechen die unzähligen Bewertungen und Teilnehmerstimmen auf verschiedensten Plattformen.

DREISALESCHAMPION-VERKÄUFER-EVENT IN SALZBURG

Plus Heimfahrt im Tesla

Mit dem DreiSalesChampion beschreitet Drei neue Wege. Erstmals setzt ein Betreiber bei der Schulung von Verkäufern im Telekom-Fachhandel eine Lern-App samt integriertem Gewinnspiel ein, bei der es nicht nur um die Produkt-Schulung, sondern auch die Verbesserung im Verkauf geht. Im Oktober hat Drei nun die besten Verkäufer zu einem Ausbildungs-Event nach Salzburg – samt einer exklusiven Verkäuferschulung mit Hannes Katzenbeisser – eingeladen. Zu gewinnen gab es natürlich auch etwas: ein halbes Jahr Tesla fahren.

elektro.at via STORYLINK: 2111086

TEXT: Dominik Schebach | FOTOS: Dominik Schebach | INFO: www.drei.at

Rund 100 Verkäufer aus ganz Österreich hatten schließlich genügend Punkte im DreiSalesChampion gesammelt und sich damit für die Veranstaltung qualifiziert. Ende Oktober ließen sie sich die Chance nicht entgehen und sind zum DreiSalesChampion-Event nach Salzburg gekommen. Ob der starken Teilnahme zeigte sich dann auch Drei Handels-VL Thomas Dötzl gegenüber E&W schwer begeistert: „Es hat mich wirklich gefreut, bei der Veranstaltung so viele neue Gesichter zu sehen. Das spricht dafür, dass wir hier die Zielgruppe – die Verkäufer – mit unserer Kombination aus Know-how-Transfer und Wissensspiel erreichen können. Mit Hannes Katzenbeisser haben wir einen Top-Mann für den Verkauf aufgeboden und ermöglichen den Teilnehmern eine Schulung, die auf diesem Level einzigartig ist – und natürlich ist dieses Event eine Gelegenheit wieder einmal gemeinsam zu feiern.“

TOP-SCHULUNG

Der Vollständigkeit halber muss man dazusagen, dass das Event nur durch die strikte Einhaltung des Corona-Konzepts möglich war. So mussten alle Teilnehmer einen negativen PCR-Test vorweisen. Dies wurde auch von den angereisten Verkäufern weitgehend ohne Murren akzeptiert, denn sie wussten, auf sie wartete ein spannendes Programm: Das Highlight bildete dabei ein zweistündiges Verkäufer-Seminar mit Hannes Katzenbeisser. Dessen regelmäßige



Voller Erfolg für Drei Handels-VL Thomas Dötzl und Verkaufs-Coach Hannes Katzenbeisser: Sie konnten bei dem Event im Salzburger Congress-Haus die Zielgruppe – die TK-Verkäufer – mit einer Kombination aus Know-how-Transfer und Wissensspiel erreichen.

Sales Tipps sind eine der Hauptsäulen des DreiSalesChampions.

Nach einer kurzen Begrüßung der Teilnehmer im Salzburger Congresshaus durch Drei Handels-VL Thomas Dötzl legte dann auch schon der Wiener Verkaufs-Coach los – mit einem zweistündigen mitreißenden Seminar. Dieses wurde von den Teilnehmern wegen seiner Mischung aus Hintergrundwissen, Beispielen aus der Praxis und konkreten Verkaufshilfen für den Einsatz am POS enthusiastisch aufgenommen, wie man auch in der Pause im Gespräch mit einzelnen Verkäufern erfahren konnte.

Katzenbeisser selbst appellierte an die anwesenden Verkäufer, die Chance zur Fortbildung zu nutzen: „Drei investiert in Menschen. Nutzt die Chance, mit dem DreiSalesChampion zu trainieren. Der Handel hat überall mit der Digitalisierung zu kämpfen, aber mit dem DreiSalesChampion steht euch, den Verkäufern an der Front, ein Werkzeug

zur Verfügung, um den Problemen am POS zu begegnen.“

TURBO

Das dürften sich schon zuvor viele Verkäufer zu Herzen genommen haben. Wie Thomas Dötzl bekanntgab, wurden von den Verkäufern mittlerweile mehr als 70.000 Fragen im DreiSalesChampion beantwortet. Die Seite wurde mehr als 45.000 Mal aufgerufen, wobei die Verweildauer im Durchschnitt mehr als elf Minuten beträgt. Zudem wurden bisher mehr als 500 Preise an die Teilnehmer des DreiSalesChampions verschickt.

„Es hat mich wirklich gefreut, bei der Veranstaltung so viele neue Gesichter zu sehen.“

Thomas Dötzl

Deswegen will Drei nun den Sales-Turbo mit den Verkäufern zünden. Dazu kündigte Dötzl im Anschluss an das Seminar eine neue Aktion für die teilnehmenden Verkäufer an: „Jetzt wollen wir daran gehen, dass wir das erworbene Wissen im Verkauf übersetzen. Mehr Action und Verkauf heißt für die Teilnehmer

AM PUNKT

DREISALESCHAMPION

Know-how-Transfer samt Wissensspiel richtet sich an die Verkäufer im TK-Fachhandel.

GROSSES FINALE

Rund 100 Verkäufer haben sich für das Event in Salzburg qualifiziert.

TESLA

Der Sieger im abschließenden Wissensspiel darf nun ein halbes Jahr einen Tesla fahren.



1



2



3



4

1) Für die Verkäufer gab es ein zweistündiges mitreißendes Seminar mit Hannes Katzenbeisser. 2) Das erworbene Wissen konnten die Verkäufer dann auch gleich in einem Gewinnspiel überprüfen. 3) Drei Handels-VL Thomas Dötzl gratuliert dem Sieger des abschließenden Gewinnspiels Bedirhen Korkmez. 4) Der 19-jährige Gewinner ist Lehrling bei Congar Mobile in Wien. Hier bei der Übergabe des Hauptpreises mit Congar Mobile GF Hasim Congar, Drei Handels-VL Thomas Dötzl und Murat Congar.

natürlich auch mehr Punkte und damit eine größere Chance viele tolle Preise mit dem DreiSalesChampion zu gewinnen.“

Erzielt werden soll dies durch das monatliche Spezial-Thema im DreiSalesChampion. Die erste Aktion ist ganz auf das kommende Weihnachtsgeschäft abgestellt, wie Dötzl bestätigte. Konkret können die Verkäufer durch höhere Verkaufszahlen mit Drei ihre im DreiSalesChampion erworbenen Punkte weiter steigern. Dabei klettert der neu eingeführte Multiplikationsfaktor mit den getätigten Verkäufen nach oben. Die damit erworbenen Punkte können die Verkäufer wiederum im DreiShop der App einlösen.

TESLA

Zum Abschluss des offiziellen Teils konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer übrigens ihr neu erworbenes Wissen, aber auch ihre Kenntnisse über das Drei Portfolio in einem Gewinnspiel

gleich gegeneinander testen. Die Motivation war hoch, schließlich gab es ein halbes Jahr Tesla-Fahren zu gewinnen.

Dazu mussten die anwesenden Verkäufer zuerst die Qualifikationsrunde mittels Smartphone-App bestehen, bevor die 32 besten Teilnehmer in einem millionenshow-ähnlichem Setting und über mehrere Runden hinweg gegeneinander antreten konnten. Gewonnen hat schließlich Bedirhen Korkmez, Lehrling im dritten Lehrjahr bei Congar Mobile aus Wien. Er war mit seinen richtigen – wenn auch etwas einsilbigen – Antworten am schnellsten.

„Ich bin sehr glücklich über den Gewinn. Ich war ziemlich aufgeregt und wollte anfangs gar nicht für die Endrunde auf die Bühne gehen“, erklärte Korkmez nach seinem Gewinn. Von der Veranstaltung zeigte sich der glückliche Gewinner begeistert: „Von dem Vortrag von Hannes Katzenbeisser und dem DreiSalesChampion kann ich mir einiges für

den Verkauf mitnehmen. Deswegen auch ein großes Dankeschön an Drei für die tolle Veranstaltung hier.“ Der glückliche Gewinner konnte mit dem Tesla dann auch am nächsten Tag gleich nach Hause fahren.

WEITERE AUSSICHT

Wie Dötzl gegenüber E&W erklärte, soll der DreiSalesChampion in Zukunft weiter ausgebaut werden. Von einer reinen Lern- und Motivationsplattform soll sich das Tool auch in Richtung eines gesamtheitlichen Sales Tools entwickeln. Das Besondere dabei ist allerdings, dass die Mitspieler selbst ihre hochwertigen Gewinne bestimmen können, wie der Drei Handels-VL betonte: „Jeder, der schon einmal selbst Verkaufswettbewerbe gemacht hat, kann es bestätigen: Es ist enorm schwierig, ein faires und transparentes System zu schaffen. Mit dem DreiSalesChampion kann jeder Teilnehmer die Preise für seine Leistung selbst auswählen.“



www.hanneskattenbeisser.com/presse