

Mitarbeiter durch variable Vergütungssysteme motivieren Umsatzsteigerung im Visier

Bamberg 21.5.2010

Provision ist definiert als die Vergütung auch die anteilige Vergütung für Vermittlung oder den Abschluss eines Geschäfts. Berater vermitteln Geschäfte oder Verträge wie Versicherungspolice und erhalten dafür Provision als Vergütung. Karrieremöglichkeiten und Provisionszahlungen stehen im engen Zusammenhang mit der Motivation der Mitarbeiter. Wie beeinflusst das Vergütungssystem die Motivation?

Bietet die Verkaufsorganisation bei bestimmten Leistungen oder Umsatzgrenzen Aufstiegs-Chancen erhöht sich die Leistungsbereitschaft. Aussicht auf höhere Provisionen bietet Anreiz.

Über die Vergütung kann die Vertriebsorganisation für den Verkauf einzelner Produkte oder Produktschienen besondere Anreize schaffen.

Punktekonten neben Provisionskonten

Um die Aufstiegschancen von Provisionszahlungen abzukoppeln, bewährt sich ein Punktekonto neben dem Provisionskonto des Mitarbeiters zu führen. Auf diesem Punktekonto werden Punkte für vermittelte Verträge oder Sonderleistungen wie z.B. für After Sales Services und Kundenbetreuung gebucht. Dieses Punktekonto ist Grundlage für Beförderungen. Über das Punktekonto kann die Vertriebsorganisation Anreiz bieten über die Aussicht auf Beförderung unabhängig von der Vergütung.

Umsatzbeteiligung

Werden Vermittler an den Umsätzen Ihrer Mitarbeiter beteiligt, ergibt sich ein Anreiz, Mitarbeiter aufzubauen zu schulen und zu führen. Neue Mitarbeiter sind schneller integriert und werden besser betreut. Die Führungsmannschaft ist an

PRESSEMELDUNG

möglichst guten Mitarbeitern interessiert und wird zur Qualifikation der Mitarbeiter beitragen.

Bonifikation der Gruppe erhöhen

Werden Bonifikationen an einen bestimmten Gruppenumsatz gekoppelt, steigt die Motivation der Verkaufsgruppe. Mitarbeiter in der Gruppe unterstützen sich gegenseitig, um eine Umsatzgrenze zu erreichen, die einen Bonus mit sich bringt.

Bonifikation oder Wettbewerbe

Sonderleistungen zum Beispiel an ein bestimmtes Produkt über einen bestimmten Zeitraum gekoppelt sind, erhöhen den Anreiz und das Engagement. Solche Wettbewerbe über einen bestimmten Zeitraum sind für die Vertriebsorganisation besonders gut zu kalkulieren, da nur bei Erreichen der Zielvorgaben eine Bonifikation ausgeschüttet wird. Bonifikation bringt Motivation über einen bestimmten Zeitraum ohne Auswirkungen auf das komplette Provisionssystem .

Storno minimieren

Storno wirkt sich immer nachteilig aus und birgt das Risiko Provisionen zurückzuzahlen, die noch nicht verdient sind. Storno verhindern bedeutet immer die Kundenberatung zu verbessern.

Spezielle Provisionen bei Wiederinkraftsetzung bieten Anreiz für nachhaltige Stornobearbeitung. Bonuspunkte für die Kundenbetreuung ermöglichen den Kontakt von Berater und Kunde zu festigen und generiert Folgegeschäft. Erhält der Vermittler Bestandsprovision wird er mehr Interesse an der Kundenbetreuung haben. Auch Dynamik-Provisionen und Erhöhungsprovisionen für Vertragsveränderungen bieten den Mitarbeitern Anreiz den Kundenkontakt zu verbessern.

PRESSEMELDUNG

Über FABIS

Das Unternehmen wurde 1988 gegründet. Es entwickelt leistungsfähige Vertriebsorganisationen als Lösungen für die Provisionsabrechnung und die Organisation von Vertriebsmitarbeitern. Zu den Anwendern gehören Vertriebsorganisationen unterschiedlicher Branchen, ein Schwerpunkt liegt in der Finanzdienstleistung.

FABIS realisiert praxisnahe Analyse, Konzeption, Softwareentwicklung. FABIS unterstützt auch bei Hardware- und Datenbank-Fragen, bei der Installation, Schulung und anschließendem Support.

Presseinformationen

Nicola Strätz

FABIS
Ottostraße 15
D-96047 Bamberg
<http://www.fabis.de>

Telefon	+49 951 98046107
Telefax	+49 951 98046150
E-Mail	nstraetz@fabis.de

Presseinformationen finden Sie auch unter www.fabis.de/presse