

# E-Trainings helfen verkaufen

**Creative Channel** versorgt den Retail-, Fachhandels- und Distributionskanal mit interaktiven verkaufsorientierten Produkttrainings, überwiegend aus dem IT-Sektor oder von Softwareanbietern wie **Lexware**. Ralf Schäfer erklärt das Konzept dahinter.

## Was genau ist Creative Channel, wie sieht das Konzept dahinter aus?

Creative Channel bringt produktorientierte Online-Verkaufstrainings verschiedener Soft- und Hardware-Hersteller an den Point of Sale. Wir haben ein eigenes Portal mit unterschiedlichen Trainings, gedacht für Mitarbeiter in Flächenmärkten oder auch Fachhändler. Außerdem gibt es individualisierte Portale wie das von Lexware-wissen.de. Das Konzept dahinter ist identisch: Angesprochen werden geschlossene Benutzergruppen, die sich mit User-ID und Kennwort registrieren müssen. Die Trainings geben dann die Antwort auf die wichtige Frage: Wie verkaufe ich das Produkt erfolgreich? Lernen soll dabei nicht nur Spaß machen, sondern auch belohnt werden. Nach Absolvierung des Trainings kann man sich in eine Gewinn Datenbank eintragen und an Gewinnspielen teilnehmen. Jeden Monat verlosen wir dabei Preise in einem Gesamtwert von circa 25 000 Euro. Dabei locken kleinere Wochen-Preise wie Taschenrechner und USB-Leselampen oder große Monatspreise wie Espresso-Maschinen und Stereoanlagen. Für Lexware wurde das System beispielsweise hinsichtlich der Motivation perfektioniert – die für absolvierte Trainings gesammelten Punkte können direkt eingelöst werden. So muss sich keiner auf sein Glück verlassen, sondern weiß schon vorher, was er bekommt.

## Wieviele Verkäufer aus welchen Bereichen erreichen Sie mit Creative Channel? Gibt es konkrete Zahlen?

Das System funktioniert europaweit für die unterschiedlichsten Branchen. Überwiegend aktiv ist die IT-Industrie, aber auch für die Pharma-Industrie, Sportartikelhersteller und für Marktforschungsinstitute bieten wir Trainings an. Derzeit gibt es 7500 registrierte Teilnehmer auf dem Creative-Channel-Portal, mit monatlich 25 000 erfolgreich absolvierten Trainings. Die zu schulenden Verkäufer werden unter anderem über Flyer akquiriert, die wie bei Lexware den be-

sind auf Fakten und Verkaufsargumente beschränkt. Hinzu kommt, dass natürlich alle Trainings kostenfrei sind. Der Verkäufer kann also nur gewinnen und erhält zudem ein Zertifikat. Speziell für Lexware-Kunden besteht in diesem Zusammenhang ein besonderes Angebot, hier können sich ganze Niederlassungen registrieren lassen. Nach Abschluss der Trainings für alle im Verkauf tätigen Mitarbeiter gibt es dann ein Zertifikat für die Filiale als „Registrierter



*Ralf Schäfer, Gründer und Inhaber von Creative Channel: „Es gibt eigentlich kaum Produktbereiche, für die ich mir Online-Schulungen nicht vorstellen kann.“*

stellten Produkten beiliegen, oder durch Aktionen wie „Teilnehmer werben Teilnehmer“, die wiederum mit Prämien belohnt werden.

## Welche Vorteile hat der Verkäufer von den Produktschulungen, kostet ihn das was?

Hier kommt eine generelle Problematik zum Vorschein. Schriftliche Herstellerinfos sind in der Regel für die Endkunden gedacht. Diese Tatsache erregt aus verkaufpsychologischer Sicht im Verkäufer-Bewusstsein Widerstand und erzeugt eine gewisse ablehnende Haltung. Der Verkäufer will Infos für seinen täglichen Job, nichts weiter. Die Schulungen, deren Struktur diesen Aspekt berücksichtigt,

Lexware-Vertriebspartner“. Unterschiedliche Levels wie Bronze-, Silber-, Gold- und Platin-Status sind in Vorbereitung.

## Worin liegen die Vorteile von Online-Schulungen im Vergleich zu Produktschulungen vor Ort?

Sie sind zeit- und ortsunabhängig sowie jederzeit wiederholbar. Ein weiterer Vorteil ist auch die Archivfunktion für die verschiedenen Schulungen in Verbindung mit der Möglichkeit, diese auszudrucken. Einige Hersteller nutzen das System aber auch begleitend und unterstützend zu Fortschulungen.

[www.creative-channel.de](http://www.creative-channel.de)  
[www.creative-channel.info](http://www.creative-channel.info)  
[www.lexware-wissen.de](http://www.lexware-wissen.de)