

Variabel entlohnen, konstant erfolgreich: Die Verbindung von Vertrieb und Vergütung

In der Welt des Vertriebs ist Erfolg das ultimative Ziel, und die Art und Weise, wie Vertriebsmitarbeiter entlohnt werden, spielt eine entscheidende Rolle bei der Erreichung dieses Ziels. Die Verbindung zwischen Vertrieb und Vergütung ist komplex und vielschichtig. Variable Vergütungsstrukturen können zu Höchstleistungen anspornen und gleichzeitig die langfristige Stabilität und Rentabilität eines Unternehmens gewährleisten.

Wie sollte aber eine wirkungsvolle variable Vergütung im Vertrieb zugeschnitten sein, um echte Wettbewerbsvorteile zu generieren?

Vergütung verschiedener Erfolgsfaktoren

- Moderne variable Vergütung im Vertrieb basiert nicht länger ausschließlich auf Einzelkriterien wie Umsatz oder Deckungsbeitrag.
- stattdessen werden langfristige strategische Ziele mit einbezogen: z.B. Produktziele, Kunden- und Marktsegmentziele, Stärkung von Kundenbeziehungen sowie entscheidende Aktivitäten der Mitarbeiter, die den Gesamterfolg beeinflussen.
- Die Einbeziehung dieser Ziele in die variable Vergütung fördert die Motivation der Vertriebsmitarbeiter und trägt gleichzeitig zur Ausrichtung auf langfristige Unternehmenserfolge bei.
- Dieser Ansatz erweitert die traditionelle Leistungsbewertung und integriert die Leistung des Vertriebsteams in die Unternehmensziele.

Vergütung von Deckungsbeiträgen

- Stellt einen wichtigen Trend in der modernen variablen Vergütung im Vertrieb dar.
- Deckungsbeiträge werden unter Berücksichtigung der Kosten, die von den Mitarbeitern verursacht werden, variabel vergütet.
- Die Gewinnabsicherung des Unternehmens wird dabei bereits durch das variable Vergütungssystem im Vertrieb auf der vordersten Ebene sichergestellt.
- Unternehmen, die diesen Ansatz verfolgen, berichten von einer konsequenteren Verteidigung ihrer Verkaufspreise, einer gezielteren Ausrichtung auf profitablere Produkte und Kunden sowie einer effizienteren Kostenkontrolle.

Zielprämien anstelle von Provisionen

- Über die Hälfte aller Außendienstmitarbeiter erfahren im Rahmen der variablen Vergütung im Vertrieb eine Umstellung von Provisionszahlungen (z.B. X% Provision auf den Umsatz oder den Deckungsbeitrag) auf Zielprämien.
- Zielprämien konzentrieren sich auf vordefinierte Ziele & belohnen exzellente Leistungen, was zu einer gezielteren Mitarbeiterführung über die variable Vergütung führt.
- Zielprämien können auf verschiedene Weisen gestaltet sein, wie beispielsweise das Erreichen von Umsatzzielen, Kundenzufriedenheit oder die Einführung neuer Produkte.
- Dieser Ansatz fördert die Einbindung der Mitarbeiter in strategische Unternehmensziele sowie die Betonung

Vergütung auch von „weichen“ Kriterien

- Die moderne variable Vergütung im Vertrieb strebt danach, die Vertriebsmitarbeiter langfristig zu lenken und zu kontrollieren.
- Zusätzliche Integration von Verhaltens- und Kompetenzkriterien in die variable Vergütung des Mitarbeiters, um den zukünftigen Erfolg des Mitarbeiters sicherzustellen.
- Die Entwicklung der Fähigkeiten und Qualifikationen des Mitarbeiters soll durch die variable Einkommenskomponente gefördert werden.
- „weiche“ Leistungskomponenten sind nicht quantifizierbar oder messbar, sondern erfordern eine individuelle Beurteilung.
- Es ist wichtig zu beachten, dass diese „weichen“ Komponenten in der variablen Vergütung im Vertrieb

Um das Engagement und die Leistung der Vertriebsmitarbeiter zu steigern, ist es generell entscheidend, spürbare variable Einkommensanteile in der variablen Vergütung im Vertrieb einzubeziehen. Der gängige Anteil an variabler Vergütung im Außendienst beträgt etwa 30 Prozent, wobei höhere Anteile arbeitsrechtliche Bedenken aufwerfen, und niedrigere weniger motivierend wirken. Im Innendienst liegt der variable Anteil am Gesamteinkommen normalerweise bei etwa 15 Prozent. Die Gestaltung von Vergütungssystemen im Vertrieb sollte diese Faktoren berücksichtigen, um gewünschte Verhaltensänderungen und Leistungssteigerungen zu erreichen.