

lebensmittelzeitung.net

**Datum:** 05.10.2016  
**Auflage:** -  
**Page Visits:** 171.000

Lebensmittel Zeitung   Suche...  







Startseite > Handel > Gamification: Selbstoptimierung für Verkäufer







Gamification  
**Selbstoptimierung für Verkäufer**

von Julia Wittenhagen  
Mittwoch, 05. Oktober 2016

Wie digitale Tools bei den Kunden umsatzfördernd wirken können, ist bekannt. Daher setzt die Sell & Pick GmbH aus München mit spielerischer Verkaufssteigerung per Software beim Mitarbeiter an.



 Facebook  
 Twitter  
   

 Facebook  
 Twitter  
   

Gründer Andreas Steinbeißer stellt eine Miet-Software vor, die Verkaufsmitarbeiter per Tablets über Rabatt- und Verkaufsaaktionen informiert und jedem individuelle Echtzeit-Feedbacks gibt zum eigenen Erfolg beim Abverkauf. "Das bricht Routinen auf und steigert den Spaß am Verkauf", ist Steinbeißers Erfahrung aus der Gastronomie.

"Wir wollen den Mitarbeiter nicht über Rankings oder Provisionen motivieren, sondern indem wir ihm mit Grafiken seinen Beitrag zum Erfolg deutlich machen", erklärt er. Mehr Transparenz über eigene Bestseller und Bestzeiten würden auch dabei helfen, die eigene Verkaufsrolle zu finden.



Um den Ehrgeiz spielerisch anzuregen, lassen sich Ziele wie "Verkaufe zu jedem Bierkasten eine Tüte Chips", auch auf zwei Teams wie „Männer gegen Frauen“ oder „neue gegen alte Mitarbeiter“ übertragen.

Schlagworte zu diesem Artikel:  
Selbstoptimierung Software