



Foto: unsplash-Corinne Kurtz

Außendienst

Interaktive Online-Trainingskonzepte im Vertrieb

Mitte März hatte die Weleda AG ein Außendienst-Training vor Ort in Schwäbisch Gmünd geplant. Aufgrund der Corona-Situation galt es binnen weniger Tage, die Präsenzveranstaltung in ein Online-Event zu verwandeln. Die Kölner Agentur face to face hat den Naturkosmetik-Hersteller bei der Umsetzung begleitet.

Autorin: Angela Hemme, Director Business Development Healthcare face to face

Corona verlangt Unternehmen im Jahr 2020 einiges ab. Als Pionier und Hersteller von ganzheitlicher Naturkosmetik und anthroposophischen Arzneimitteln sah sich auch Weleda im März 2020 großen Herausforderungen zur Umsetzung von internen Mitarbeiterschulungen gegenübergestellt. Das nachhaltig arbeitende Unternehmen aus Schwäbisch Gmünd hatte ursprünglich für Mitte März geplant, seinen etwa 40 Außendienst-Mitarbeitern ein neues Trainingskonzept für Apotheken deutschlandweit in unterschiedlichen Workshops vorzustellen. Doch die Schutzverordnungen im Zuge der Covid-19-Pandemie machten Präsenzveranstaltungen unmöglich. Kurzerhand konnte die Marketing- und Vertriebsleitung von Weleda, durch die Unterstützung von face to face,

einer Kölner Spezialagentur für Live Kommunikation, dann doch noch eine erfolgreiche Schulung umsetzen.

Planungssicherheit für die Durchführung

Das Team von face to face hatte binnen weniger Tage aus dem geplanten Live-Event ein interaktives Online-Training entwickelt und es schließlich auch mit circa 40 Teilnehmern durchgeführt. „Unser Anspruch war es, das Trainingskonzept für unseren Außendienst auf ein Online-Format ohne Qualitätseinbußen zu übertragen. Wir fühlten uns aber bei face to face in besten Händen und waren mit der Umsetzung äußerst zufrieden“, sagt Sand-

ra Ambric, Leitung Außendienst Apotheke und Fachhandel.

Mit dem Webinar-Training hatten die Mitarbeiter des Außendienstes die Möglichkeit, zum Beispiel vom Home-Office aus, alle Schulungselemente in Form einer digitalen Erlebniswelt zu erarbeiten. Das Training wurde passend zu den zwei Produkten in zweimal zweistündigen Sessions durchgeführt. Der Dialog zweier Trainer bot abwechslungsreiche Moderation. Interaktive Module, ein Umfrage-Tool sowie ein unterhaltsames Quiz sorgten dabei für die Vertiefung der Inhalte und eine reibungslose Kommunikation zwischen den Teilnehmern.

„Innerhalb nur einer Woche haben wir aus dem geplanten Mitarbeiter-Training ein ansprechendes Online-Konzept ad-

Im Rahmen des Online-Außendiensttrainings mit Weleda wurden interaktive Module wie beispielsweise ein Quiz eingebaut

aptiert. Dass sich Weleda so kurzfristig dazu entschlossen hatte, die bewährte Präsenzveranstaltung vor Ort durch ein Online-Training umzusetzen, fanden wir sehr mutig. Es hat uns unglaublich gefreut, dass unser Kunde uns hier voll und ganz vertraut hat“, erinnert sich Marco Dröge, Geschäftsführer von face to face.

Voraussetzungen für Online-Events

Die Besonderheit liegt zum einen in den technischen Voraussetzungen und zum anderen in der Interaktion und der Methodik/Didaktik der Wissensvermittlung. Es ist wichtig, die Inhalte kompakt und emotional aufzubereiten, damit die Teilnahme einen klaren Mehrwert bietet und auch Spaß macht. Dazu sind maßgeschneiderte Konzepte erforderlich, die zum Produkt, Lernziel und zur Zielgruppe passen. Sind die entsprechenden Voraussetzungen geschaffen, sind derartige Online-Events eine sehr gute, sinnvolle alternative zu Präsenzveranstaltungen. Qualität und Langlebigkeit einer digitalen Maßnahme hängen im höchsten Maße mit der emotionalen Wirkung zusammen. Aus diesem Grund setzte das entwickelte Konzept für das virtuelle Training von Weleda stark auf Interaktionen zum Beispiel durch Quiz-Fragen. „Durch diese Elemente haben sich die Teilnehmer von Anfang an aktiv an dem Training beteiligt und konnten so die erlernten Inhalte spielerisch verinnerlichen“, berichtet Selim Chouaibi, Projektmanagement digital bei face to face. „Auch die Referenten holten sich durch unser interaktives Umfrage-Tool direktes Feedback von den Teilnehmern ein. Dies sorgte für die gewünschte Qualitätssicherung und verbesserte zusätzlich die Kommunikation im Team.“ Nicht nur inhaltlich, sondern auch technisch wurde die Online-Veranstaltung durchgehend von face to face beglei-

1. Auf welchen Ebenen empfindet der Mensch Stress? Bis zu drei Nennungen möglich:



Foto: face to face

tet: Von der Bereitstellung des Studios für die Referenten, dem technischen Testlauf, über das Teilnehmermanagement während des Trainings, bis hin zum technischen Support während der kompletten Durchführung. „Wir konnten uns zu jeder Zeit auf das Team von face to face verlassen und uns ganz auf die Inhalte und unsere Mitarbeiter konzentrieren“, berichtet Ambric, die die Außendienstleitung von Weleda verantwortet. „Wir waren von dem positiven Feedback überwältigt. Die digitale Umsetzung eines Außendiensttrainings war eine ungeplante Premiere. Wir können uns jetzt vorstellen, diese Form der Online-Veranstaltung in Zukunft regelmäßig umzusetzen.“

Zukunftsorientierte Wissensvermittlung

Die Auswahl an Online-Meeting Plattformen sowie die Interaktions- und Partizipationsmöglichkeiten entwickeln sich rasant und können bei der Konzeption maßgeschneidert auf die Anforderungen des Events ausgewählt werden. Damit werden beispielsweise CME-Zertifizierungen bei Ärzteveranstaltungen genauso möglich gemacht wie Connected-Sessions über die Kontinente hinweg. Mittelfristig besteht die Kunst darin, einen ‚gesunden‘ Mix von On- und Offline-Formaten mit einer Verknüpfung aus beiden Welten zu wählen, sofern die

Schutzmaßnahmen zu Covid-19 dies zulassen. Die Agentur versteht ihre Aufgabe darin, die Kommunikationsziele des Kunden auch in der aktuellen Situation zu erreichen. Dabei wird auf den Grundsatz „form follows function“ gesetzt. Die Herausforderung besteht in der sinnvollen Gestaltung einer für digitales Lernen optimierten Learner’s Journey.

face to face

ist eine inhabergeführte Spezialagentur für Live und Online-Kommunikation mit Sitz in Köln. Das insgesamt 60 Mitarbeiter starke Team der Healthcare-Agentur ist seit über 20 Jahren am Markt. Das Kerngeschäft: Komplexes medizinisches Wissen durch kreative, didaktisch und emotional wirksame Methoden professionell zu inszenieren. www.facetoface-gmbh.de

