



Im Interview: Elena Viceconte und Marcus Möller.

EINSTIEG BEI DELL

PERSÖNLICHKEIT ZÄHLT

Welche Voraussetzungen und Interessen sind für Ihren Job von Bedeutung? **Viceconte:** Auffällig und interessant fand ich, dass der Lebenslauf und vorherige Tätigkeiten – also die Grundqualifikationen – in der Bewerbung zwar berücksichtigt wurden, die eigene Persönlichkeit bei der Einstellung jedoch eine mindestens genauso wichtige Rolle spielt. Dies ist offensichtlicher Teil von Dells Unternehmenskultur. Flexibilität ist eine weitere Voraussetzung. Große Verantwortung trägt man bei Dell von Anfang an, und damit muss man als New Starter erst einmal zurechtkommen. **Möller:** Eine gewisse Affinität zu IT ist vorteilhaft, weil es den Einstieg doch vereinfacht. Notwendig ist es aber nicht. Wir betreuen komplexe Themen und sehr große Kunden mit umfangreichen Projekten. Gute Englischkenntnisse sind ebenfalls gefragt.

Gibt es für Berufseinsteiger ein spezielles Programm? **Viceconte:** Ein großer Teil ist „learning on the job“ in Verbindung mit einer vierwöchigen Einführung – eine Mischung aus Produkttraining, Prozesse kennen lernen, Tools verwenden. Man konnte sich zudem bei Kollegen einklinken, die schon länger im Account Management tätig sind. Wir haben dann beide schnell unsere eigenen Accounts bekommen, und dann hieß es: Go! **Möller:** Ich war zusätzlich zu dieser Einführung auch noch zwei Wochen lang zur Vertriebs- und Produktschulung in Genf bei der dortigen Dell-Niederlassung. Das war ein intensives Training.

Sie hatten aber auch Mentoren während dieser Zeit? **Viceconte:** Ja. Und die waren ständig ansprechbar, für alles offen. Mein Mentor hat mir sehr geholfen, knifflige Aufgaben zu lösen, Stolpersteine zu umgehen. **Möller:** Zusätzlich zu den Mentoren gibt es bei Dell noch Sales Coaches, die zum Beispiel bei Telefongesprächen unterstützen, Verbesserungsvorschläge ge-

ben oder Tipps, wie man als Neuling schwierige Fragen beantwortet. Das gibt Sicherheit – gerade wenn man mit einem Kunden über komplexe Lösungen redet und noch nicht alle Details wissen kann. Durch dieses „Backup“ geht man die Aufgabe viel gelassener an.

Wie sind Sie zu Dell gekommen? **Viceconte:** Ich war auf der „Access First Hand-on Sales“, einer zweitägigen Vertriebsmesse im Bonn, für die man sich vorher über eine Bewerbung qualifizieren musste. Dort stellten sich mehrere Unternehmen verschiedener Branchen vor, und man konnte in Workshops ausloten, was einem persönlich liegt. Ich interessierte mich zwar für den Vertrieb, war aber keinesfalls branchengeleitet. Ich hatte also Dell nicht im Fokus, was es im Nachhinein umso schöner macht: Ich hätte diese IT-Affinität bei mir gar nicht erwartet, stellte sie in den Workshops jedoch fest, wurde von Dell eingeladen und habe jetzt hier einen tollen Job, in dem ich mich rundum wohlfühle. **Möller:** In meinem Fall lief die Bewerbung über den Absolventenkongress in Köln.

Haben Sie dort das Gespräch direkt gesucht? **Möller:** Ich hatte mich nach dem Studium gezielt auf der Website von Dell umgeschaut und auch die Stelle des Internal Account Managers gefunden. Dann habe ich mir aber die Bewerbung erstmal gespart, weil der Absolventenkongress in Köln dicht bevorstand. Mir war der Weg über einen persönlichen Kontakt auf dem Kongress lieber. Das ist emotionaler, man kann ausführlicher erzählen und bekommt auch mehr Feedback. Ich bin also auf Dell zugegangen, hatte eine Kurzbewerbung dabei. Wir haben den Lebenslauf kurz besprochen und starteten direkt einen sehr aufschlussreichen Informationsaustausch. Daraufhin wurde ich zu einem weiteren Gespräch ins Unternehmen eingeladen.

Die Informationstechnologie pulsiert auf hohem Niveau. Ständig werden neue Techniken und Produkte entwickelt. Die Aufgaben bei den Unternehmen aus der IT-Branche sind stets anspruchsvoll, bieten aber auch die Chance, schnell zu zeigen, was in einem steckt. Das gilt insbesondere für Einsteiger wie Elena Viceconte (25) und Marcus Möller (31), die bei Dell im Vertrieb arbeiten.

Was macht ein Internal Account Manager? **Möller:** Wir betreuen die Kunden hauptsächlich am Telefon. Persönlichen Kontakt mit den Kunden hat vorrangig der Außendienst. Wir haben je nach Region einen bis drei Außendienstmitarbeiter, für die wir Termine vereinbaren und die wir eigenständig einteilen. **Viceconte:** Wenn es ein wirklich großer Kunde ist, nimmt man selbst auch einmal an Terminen teil – zum Beispiel, wenn es um strategische Belange geht. Das ist auch erwünscht. Ansonsten verantworten wir die komplette Account-Betreuung von innen heraus, organisieren alles und behalten den Überblick.

Also ist trotz eigener Kunden viel Arbeit im Team angesagt? **Viceconte:** Definitiv. **Möller:** Das geht sogar noch weit über den Außendienst hinaus. Je nach Projekt muss zum Beispiel noch die Technik mit einbezogen werden, etwa bei reinen Hardwarekonfigurationen. Oder so genannte Solutions Architects und System Consultants müssen mit den Außendienstlern gemeinsam eine Analyse vor Ort beim Kunden durchführen. Bei größeren Projekten können es vier bis fünf Personen sein, mit denen man sich abstimmen muss. Da ist eine gute Organisation gefragt.

Wie sieht Ihre Zukunft aus? **Viceconte:** Wenn man weiterkommen möchte, hat man bei Dell viele Chancen. Ich bin nun seit einem Jahr auf dieser Position, bin routinierter geworden, aber ich habe stets viele Herausforderungen – im positiven Sinne –, die mich reizen und weiterbringen. Die Entwicklungsmöglichkeiten bespricht man auch mit seinen Vorgesetzten. **Möller:** Es werden individuelle Entwicklungspläne aufgesetzt, wo man sich in mehreren Jahren sieht und bekommt auch die erforderliche Unterstützung. Fähigkeiten und Wünsche werden berücksichtigt, auch wenn es zum Beispiel um Auslandsaufenthalte geht.

Armin Mende autor@unicum-verlag.de