

7. Organisation (von Rahmenbedingungen)

(A) Der TC sollte sich aktiv an der Quartiersuche beteiligen um ein gutes Quartier für sein Team zu sichern. Er sollte sich dabei in der ständigen Absprache mit dem Vertrieb befinden.

(B) Der TC sollte einen guten Kontakt zum Vermieter aufbauen und erhalten, durch:

1. Sicherstellung einer reibungslosen Weiterleitung von Post.
2. Auf MA-Wechsel vorbereiten (bzgl. Bettwäsche).
3. Waschmöglichkeit besprechen.
4. Mehrere Schlüssel für das Quartier erfragen.
5. TC als Ansprechpartner vor Ort.
6. Schäden umgehend melden!.
7. Verlängerungen des Quartiers zeitnah mit dem Vermieter ansprechen.

(C) Der TC ist für die Mietfahrzeuge in seinem Team verantwortlich und instruiert einen verantwortungsvollen Umgang.

1. Der TC führt Übergabeprotokolle (Protokoll der Autovermietung bei Abholung und Rückgabe, Wasser-Übergabeprotokoll zwischen TCs) und leitet diese an den Vertrieb weiter.

2. Der TC sammelt die Schlüssel der Autos ein, kontrolliert die Fahrzeuge und instruiert die Fahrer der Fahrzeuge ebenfalls die Autos regelmäßig zu kontrollieren. Er appelliert im Team an die Sorgfaltspflicht.
3. Wenn nicht anders mit dem Vertrieb vereinbart ist der TC für die Abholung und Rückgabe von Fahrzeugen von/an die Autovermietung verantwortlich.
4. Ist ein Fahrzeugtausch nötig, bemüht sich der TC um eine schnelle und reibungslose Abwicklung und Absprache mit der Autovermietung.
5. Das Team muss umfassend zur Nutzung der Mietfahrzeuge aufgeklärt werden - Regierungserklärung. Dazu zählt:
 - (a) Verantwortung übernimmt immer der Fahrer.
 - (b) Fahrtenbuch soll geführt werden.
 - (c) Ordnung in den Fahrzeugen.
 - (d) Rauchen in Autos ist untersagt.
 - (e) Sorgfaltspflicht und Konsequenzen bei der Verletzung der Sorgfaltspflicht (grobe Fahrlässigkeit).
 - (f) Umgang mit Parkstrafen, Blitzern und Schäden.
 - (g) Vollkaskoschutz: Wann ist man geschützt, wann nicht?
 - (h) ADAC.
 - (i) Freikilometer.
 - (j) Mietvertrag bleibt im Handschuhfach.

(D) Absprachen mit dem Vertrieb

1. Einmal getroffene Absprachen im dem Vertrieb werden standardmäßig eingehalten. Kommt es zu einer Abweichung wird umgehend darüber aufgeklärt. Der TC hat in seiner Funktion eine Absprachepflicht mit dem Vertrieb.
2. Themen die einer konkreten Absprache bedürfen sind:
 - (a) Frühzeitige Einsatzplanung mit dem Vertrieb.
 - (b) Absprache was mit der Orga vereinbart wurde.
 - (c) Quartiersuche.
 - (d) Klarheit und Transparenz in der Übermittlung von Leistungswerten:
 - Gegebenenfalls Besprechung mit einer klaren Auskunft zur Leistungsentwicklung und zum Potenzial einzelner MA.
 - Empfehlung von MA für das Entwicklungstreffen.
 - (e) Frühzeitige Absprache und Nachbestellung von Werbematerial (z.B. Formulare - Grundlage ist das Monitoring).
 - (f) Empfehlung von MA als zukünftige TCs.
 - (g) Schwerwiegende Probleme in den Teams, die einer Leistungsentwicklung im Weg stehen und die der TC selbst nicht lösen kann.
 - (h) Bemerkt der TC, dass der Vertrieb versucht mit ihm in Kontakt zu treten bemüht sich der TC umgehend den Kontakt herzustellen.

(E) Absprachen mit der ORGA. Es ist besonders wichtig ein wohlwollendes Verhältnis zur ORGA vor Ort aufzubauen. Der TC bemüht sich stets um einen rücksichtsvollen Umgang und nimmt sich auch Zeit für die Absprachen mit der ORGA. Absprachen werden dann auch eingehalten. Themen können sein:

1. Absprachen vor dem Werbestart.
 - (a) Als TC und Ansprechpartner vorstellen.
 - (b) Verlauf der Werbung durchsprechen.
 - (c) Termine bestätigen und absichern.
 - (d) Was sollte in der Vorbereitung des Stationstermin kommuniziert werden:
 - Ziel ist es die Motivation im Team zu steigern und mehr über wichtige Projekte zu erfahren.
 - Info zu den Werbezeiten und Nachbesuchen.
 - Im Stationstermin sollte immer eine positive und optimistische Stimmung herrschen. Das Werbeteam sollte willkommen sein und das Gefühl haben nach allen Kräften unterstützt zu werden.
 - Probleme oder negative Befürchtungen haben in einem Termin mit dem gesamten Werbeteam nicht zu suchen, diese sollen im direkten Kontakt mit dem TC besprochen werden.
 - Gut ist es wenn sich die Ehrenamtlichen auf 3-5 wichtige Projekte konzentrieren, dazu Infos zusammentragen und gut präsentieren.

- Das Team sollte das Gefühl von Wertschätzung erfahren.
 - Offen Incentives für das Team bei einem guten Verlauf der Werbung vereinbaren.
 - Über den Umstand möglicher Beschwerden aufklären, in Relation zu der Gesamtzahl an Kontakten setzen und relativieren. Zusicherung das Beschwerden sehr gewissenhaft nachgegangen wird und diese geklärt werden. Dazu besteht die Notwendigkeit detaillierter Informationen, wenn es zu einer Beschwerde kommt.
 - Der TC sollte eine klare Absprache bezüglich Sofortstornos treffen und kommunizieren, wie diese Weitergeleitet werden.
- (e) Was sollte in der Vorbereitung des Pressetermins kommuniziert werden:
- Ziel ist es im Zeitungsartikel die ORGA und nicht Wesser in den Vordergrund zu stellen. Der Zeitungsartikel soll den Werbeeinsatz unterstützen und neugierig machen.
 - Es bietet sich an schon bereits im Vorfeld eine Pressemeldung zu erarbeiten und an die Presse im Termin Auszuhändigen.
- (f) Bereitstellung von Werbematerial

2. Absprachen in der Werbephase
 - (a) Möglichst wöchentlicher Kontakt.
 - (b) Rechtzeitige Nachbestellung von Werbematerial (z.B. Flyer, Give Aways)
 - (c) Terminabsprache für zusätzliche Stationstermine
 - (d) Übergabe der Durchschläge
3. Absprachen nach der Werbephase
 - (a) Feedback einholen
 - (b) Abgabe der restlichen Werbematerialien.
 - (c) Verabschiedung

(F) Einteilung von NC und Erstkontakt

1. NC werden kontaktiert, wie vom Vertrieb vorgegeben
2. Der TC sorgt dafür das der Erstkontakt eine positive Erfahrung für den zukünftigen NC ist.
3. Inhalte des Erstkontaktes sollten sein:
 - (a) Freude zum Ausdruck bringen über den neuen MA im Team.
 - (b) Anreise besprechen und zeitlich fixieren
 - (c) Vorbereitungsmöglichkeiten auf den Job durchsprechen
 - (d) Kleidungsempfehlung: Im Winter viele warme Sachen, Handschuhe, Mütze, Regenschirm, etc.
 - (e) nochmals Freude zum Ausdruck bringen über den neuen MA im Team.

4. Das Team sollte auf neue NC vorbereitet werden, gegebenenfalls sollten Mentoren bestimmt werden, das Team auffordern die neuen MA bestmöglich zu integrieren. Den Erfolg neuer MA zu einer Teamaufgabe machen!

(G) Erstellung einer Aufstellung der Wochenkosten, vollständig und belegbar gegenüber den MA.

(H) Organisatorische Rahmenbedingungen für ein gutes Leistungs-Monitoring erstellen.

1. Erstellung einer digitalen Tabelle zur Erfassung von Leistungswerten der MA und des Teams
2. Erstellung einer Effizienzliste
3. Gliederung eines Master-Plans (Karte oder Scribble-Maps)
4. Druck von Bereichskarten für alle Teammitglieder oder Umsetzung einer Gebietsplanung und Einteilung über „Scribble-Maps“.

(I) Gegebenenfalls Erstellung eines Gesprächsleitfadens im Vorfeld

(J) Absicherung, dass eine fristgerechte Zuarbeit für den Vertrieb erfolgt

1. Vertragsunterlagen kontrollieren und abschicken lassen.
2. Rechtzeitiges Versenden der Wochenproduktion.

3. Fahrtkostenerstattungen ausfüllen lassen, einsammeln, kontrollieren und abschicken - Beträge nach Möglichkeit gleich auszahlen.
4. Ausweise von gekündigten MA einsammeln und an Weser zusenden.
5. Fristgerechte Bereitstellung der Teamergebnisse (Halbzeit- und Wochenergebnisse)
6. Übermittlung von Infos zur Entwicklung der Teamgröße und der Einteilung neuer MA.
7. Zustellung von Fahrtenbuch und Übergabeprotokollen (Wohnung, Auto) ermöglicht eine schnelle Klärung der Verantwortlichkeit bei Problemen.

(K) Der TC sollte stets einen strukturierten Zeitplan aufstellen, ankündigen und auf dessen Umsetzung gegenüber den MA bestehen.