

WIR GEHEN MIT IHNEN DEN WEG DES
**ERFOLGREICHEN
VERTRIEBS**

Strategien für Verkäufer der Zukunft!



Trainingskatalog

Vertriebssystematik



Wie läuft unser eigener Verkaufsprozess? Wie „kaufen“ unsere Kunden? Welche Stolpersteine gibt es und wie kann ich die Erfolgs- /Abschlusswahrscheinlichkeit erhöhen? Wie kann ich meine eigene Vertriebsaktivität sinnvoll, effizient und zielführend planen?

Mit diesen Fragestellungen beschäftigt sich das Training „Vertriebssystematik als Garant für mehr Vertriebs Erfolg“.

Die Teilnehmer kennen einen typischen Kunden-Einkaufsprozess und entwickeln Ideen für neue Vertriebsprojekte bzw. optimieren dazu passend ihren Verkaufsprozess. Am Ende des Trainings beherrschen die Teilnehmer systematische Vorgehensweisen sowie Analyse- und Planungstools, mit denen sie ihre Arbeit in allen Phasen vom Erstkontakt bis zur Entscheidung effektiver machen. So können die Teilnehmer auch neue Vertriebschancen schnell identifizieren und öffnen.

PROZESSE | ERFOLGE | PHASEN | ZIELFÜHRUNG

Inhalte:

- Das Meta-Markt-Modell
- Gebietsanalyse
- Den Einkaufsprozess des Kunden verstehen
- Den Verkaufsprozess kennen
- Der Vertriebstrichter und was das für meinen Erfolg heißt
- 90-Tage-Plan

Nutzen:

- Die Teilnehmer steigern ihre Effizienz im Vertrieb durch eine systematische Vorgehensweise.
- Die Teilnehmer gewinnen einen schnellen Überblick über ihren Verkaufstrichter und können rechtzeitig die richtigen Entscheidungen treffen.
- Die Teilnehmer erfassen schnell und zielsicher, wo mögliche neue Verkaufschancen liegen könnten und erhöhen mit wenig Aufwand ihren Erfolg.

Methoden:

Trainer-Input, Austausch von Erfahrungen, Reflexionen, Gruppenübungen

Kundenzentriert Präsentieren



Die Herausforderung einer guten Präsentation besteht darin, den Draht zum Publikum zu finden und das Thema inhaltlich wie rhetorisch souverän vorzutragen. Im Vertrieb beziehungsweise im Arbeitsalltag gehören Präsentationen beim Kunden oder vor Mitarbeitern, Kollegen, Abteilungen zum Alltag. Sich gegenüber der Konkurrenz erfolgreich und überzeugend „in Szene zu setzen“, ist die erste Voraussetzung dafür, dass ein (Verkaufs)prozess überhaupt in Gang kommt. Präsentationen sollten daher nicht aus der Schublade kommen, sondern vor jeder Situation neu durchdacht und zielgerichtet vorbereitet werden. Dieses Training zeigt Mittel und Wege auf, wie die Teilnehmer langweilige Powerpoint-Schlachten vermeiden und stattdessen mit ihrem Vortrag auf offene Augen und Ohren stoßen.

PUBLIKUM | DURCHDACHT | WEGE | ÜBERZEUGUNG

Inhalte:

- Präsentationen für jeden Anlass und jede Perspektive!
- Präsentationsgrundregeln
- Der gute Beginn
- Perspektivenwechsel: Die Perspektive des Kunden einnehmen
- Präsentationsstruktur in sieben Schritten
- Der gelungene Abschluss
- Einsatz und Gestaltung der Präsentationsmedien
- Umgang mit Aufregung

Nutzen:

- Die Teilnehmer gewinnen das Interesse ihrer Kunden durch überzeugendes Auftreten und ansprechende Präsentationen.
- Sie beherrschen rhetorische Mittel, durch die ihre Präsentation im Gedächtnis bleibt.
- Die Teilnehmer heben sich von der Konkurrenz ab, indem sie ihre Präsentationen auf den Kunden zentriert gestalten.

Methoden:

Trainer-Input, Austausch von Erfahrungen, Reflexionen, Präsentationen, Gruppenarbeiten, Feedback

Kaltakquise/Telefonaktionen leichter gemacht



Kampagnen nachzutelefonieren oder Kaltakquise-Telefonate zu führen erfordert häufig eine gewisse Überwindung. Was soll ich dem Kunden bzw. Interessenten sagen? Wie kann ich ihn von meinem Anliegen überzeugen? Das sind die Fragestellungen, mit denen sich die Teilnehmer dieses Trainings vor dem Telefonieren befassen. Auch die Angst vor möglichen Einwänden des Kunden oder vor einem Abblocken der Sekretärin ist nicht unüblich. In diesem Training lernen die Teilnehmer, wie sie sich mental auf die Telefonate einstellen können, beim Interessenten mit einem individuellen Pitch punkten und gekonnt mit Einwänden umgehen können.

KOMMUNIKATION | PITCH | NEUKUNDEN | SOUVERÄNITÄT

Inhalte:

- Grundlagen der Kommunikation am Telefon
- Gesprächsaufbau und -vorbereitung
- Erste Kontaktaufnahme: Elevator Pitch -Nutzen, Aufbau und Vorgehensweise
- Den Kunden verstehen
- Bedarfsanalyse und Check Kundenverständnis
- Umgang mit Einwänden
- Fragen und aktives Zuhören
- Die richtigen Fragen
- Durchgestellt werden: Gewinnen und Einbinden von Empfangsmitarbeitern

Nutzen:

- Die Teilnehmer wissen, worauf sie beim Erstellen eines Elevator Pitches achten müssen und können ihn erfolgreich anwenden.
- Rückschläge sind nicht mehr länger ein Problem für die Teilnehmer und sie wissen, wie sie motiviert an den nächsten Kunden herantreten.
- Die Teilnehmer bleiben nicht mehr nur noch am Empfang oder dem Assistenten der Zielperson hängen, sondern beziehen diese ein und können durchgestellt werden.

Methoden:

Trainer-Input, Gruppenübungen, Rollenspiele, Feedback

Verhaltensbasierter Vertrieb



Jeder Mensch „tickt“ anders und reagiert in Gesprächen manchmal anders als erwartet.

Die Teilnehmer lernen in diesem Training die LIFO®-Persönlichkeitsstile kennen und kennen die Stärken des jeweiligen Stils. Sie erlangen Bewusstsein darüber, wie sich die Stile unter Stress- und Konfliktsituationen ändern können. Zudem ermitteln die Teilnehmer, welcher Verhaltensstil bei ihnen dominiert und wo ihre persönlichen (vertrieblichen) Stärken liegen. Diese können sie für ihre Arbeit weiter entwickeln und einsetzen. Sie lernen, den bevorzugten Verhaltensstil anderer Personen zu erkennen und in Gesprächen zu berücksichtigen, sodass es möglich wird, auch unter ungünstigen Bedingungen Erfolge zu erzielen.

STÄRKEN | STILE | ENTWICKLUNG | ERFOLGE

Inhalte:

- Die vier LIFO®-Stile
- Günstiges Umfeld für die LIFO®-Stile
- Ungünstiges Umfeld für die LIFO®-Stile
- Einsatz der LIFO®-Stile in (Verkaufs)gesprächen
- Die persönliche Stilkombination
- Die eigenen Stärken kennen und nutzen

Nutzen:

- Die Teilnehmer kennen und nutzen ihre persönlichen Stärken für die Vertriebstätigkeit.
- Die Teilnehmer kommunizieren erfolgreich, auch unter ungünstigen Rahmenbedingungen.
- Die Teilnehmer erkennen rechtzeitig mögliches Konfliktpotenzial und können vorbeugen.

Methoden:

Trainer-Input, Reflexion, Feedback, Gruppenübung, Rollenspiele

Consultative Selling



Ziel dieses Trainings ist es, sich einen Gesamtüberblick über ein aktuelles Verkaufsprojekt zu verschaffen. Durch ein strategisch-analytisches Vorgehen anhand einer Projektroadmap und die Bearbeitung einer Business Model Canvas zu einem wichtigen Zielkunden lassen sich wertvolle neue Sichtweisen und Ideen gewinnen. Resultat dieser intensiven Auseinandersetzung mit bestehenden Herausforderungen ist ein selbst entwickelter Aktionsplan für die weitere Arbeit.

ÜBERBLICK | SICHTWEISEN | IDEEN | INTENSITÄT

Inhalte:

- Warum gehen Aufträge verloren?
- Basisinformationen und Situationsanalyse für ein Projekt
- Starthelfer: Business Model Canvas und SWOT-Analyse
- Buying Center und Kauforganigramm
- Mitbewerber und mögliche Erfolgsstrategien
- Business Case-Berechnung
- Projektstatus vs. Projektqualifizierungsmatrix
- Aktionsplanung

Nutzen:

- Die Teilnehmer „durchdringen“ ihr Projekt und ihren Kunden und können auftragssichernde Aktionen ableiten.
- Die Teilnehmer sind in der Lage, neue Ideen und Herangehensweisen zu entwickeln, auch für bereits verloren geglaubte Verkaufsprojekte.
- Die Teilnehmer stärken ihr Projektteam durch eine transparente und gemeinsam abgestimmte Vorgehensweise und sichern sich dadurch Marge.

Methoden:

Trainer-Input, Reflexion, Feedback, Gruppenübung, Rollenspiele

Accountplanung



Accountplanung heißt, kundenbezogene Aktivitäten über einen langfristigen Zeitraum zu planen und Ansätze für neue Einzelprojekte zu generieren. Die Teilnehmer denken dabei über das einzelne Projekt hinaus und ergreifen Aktivitäten, um zum einen die Kundenbeziehung zu festigen und zum anderen neue Opportunities aufzudecken. Dieses Training zeigt zunächst, wie die Teilnehmer den Ist-Stand in Bezug auf einen wichtigen Kunden erfassen und am besten an relevante und aktuelle Kundeninformationen kommen. Die Teilnehmer erlernen dann, diese sinnvoll auszuwerten und daraus eine weitere Planung zu erstellen.

ANSÄTZE | PLANUNG | OPPORTUNITIES | SINNVOLL

Inhalte:

- Rolle der Accountplanung im Verkaufsprozess
- Kommunikation von Accountplanungsmaßnahmen
- Sammeln von Kundeninformationen
- Durchführung und Auswertung von Health Check Interviews
- Potenzialermittlung und Ideenentwicklung
- Management Summary und Ergebnispräsentation

Nutzen:

- Die Teilnehmer stärken die Beziehung zu einem wichtigen Kunden und bereiten den Boden für Folgeprojekte.
- Die Teilnehmer haben einen vertieften Einblick in dessen aktuelle Herausforderungen gewonnen und können sich als Anbieter positionieren.
- Die Teilnehmer beeinflussen positiv, wie sie beim Kunden wahrgenommen werden und können dies für weitere Projekte nutzen.

Methoden:

Trainer-Input, Reflexion, Feedback, Gruppenübung, Rollenspiele

No Need – No Sale



In Zeiten, in denen Kunden gut informiert und Produkte zunehmend vergleichbar sind, reicht es nicht mehr aus, nur mit Vorteilen und Merkmalen von Lösungen zu argumentieren. Dieses Training zeigt andere Wege auf: Durch gezielte Vorbereitung, das Einnehmen der Kundenperspektive und einen methodischen Gesprächs- & Präsentations-Ansatz bei der Entwicklung von Nutzen sind die Teilnehmer in der Lage, einen möglichen Bedarf vor allem unabhängig von aktuellen Ausschreibungen zu generieren, die richtigen Ansprechpartner zu adressieren und gemeinsam mit dem Kunden Lösungsideen zu erarbeiten.

GEZIELT | PERSPEKTIVEN | NUTZEN | LÖSUNGSIDEEN

Inhalte:

- Business Entscheider und technische Entscheider
- Business Driver
- Buying Center und Ansprechpartner
- Die SPIN-Methode als Fragetechnik
- Vertriebliches Reframing

Nutzen:

- Die Teilnehmer können sich vom Wettbewerbsdruck befreien durch frühes Einsteigen in Verkaufsprojekte und eine proaktive Vorgehensweise.
- Die Teilnehmer gewinnen das Vertrauen des Kunden und schaffen die Basis dafür, sich zum geschätzten Ratgeber zu entwickeln.
- Die Teilnehmer bringen Projekte voran, indem sie die richtigen Personen beim Kunden involvieren.

Methoden:

Trainer-Input, Reflexion, Feedback, Gruppenübung, Rollenspiele

Vertriebskommunikation



Die Teilnehmer reflektieren ihre bisherigen Erfahrungen in Gesprächen und erarbeiten daraus Bausteine eines erfolgreichen Gesprächsaufbaus. In Kenntnis der wichtigsten Kommunikationsmodelle und durch den gezielten Einsatz von „Aktivem Zuhören“ sowie Fragetechniken können sie zukünftig auch in schwierigen Gesprächssituationen mit Kunden souverän agieren. Zudem lernen sie Möglichkeiten kennen, wie sie Feedback konstruktiv geben und nutzen sowie professionell mit Einwänden umgehen können.

ERFAHRUNG | GESPRÄCHSAUFBAU | AKTIV | PROFESSIONELL

Inhalte:

- Grundlagen und Modelle der Kommunikation
- Mikromuster & Techniken erfolgreicher Kommunikation
- Erste Kontaktaufnahme: Elevator Pitch
- Die richtigen Fragen stellen
- Aktives Zuhören
- Aufbau Vertriebsgespräch

Nutzen:

- Die Teilnehmer können auch schwierige Gespräche so führen, dass sie konstruktive Ergebnisse bringen.
- Die Teilnehmer gewinnen Sicherheit und Souveränität für Kundengespräche – telefonisch oder vor Ort.
- Zudem erkennen sie Kundenbedürfnisse und -herausforderungen leichter und können darauf reagieren.

Methoden:

Trainer-Input, Reflexion, Feedback, Gruppenübung, Rollenspiele

SKOPE: Selbstkompetenz, Organisation, Planung, Effizienz



Schaffen Sie an einem normalen Arbeitstag alles, was Sie auf dem „Zettel“ haben? Auch bei ausgeprägter Multi-Tasking-Fähigkeit und sorgfältiger Planung ist das Pensum oft nicht in der angesetzten Zeit zu bewältigen. Und ist man einmal im Hamsterrad der To Do-Listen gefangen, bleibt kein Spielraum (englisch „scope“) mehr für Ausgleich, Reflexion und Weiterentwicklung. Um eigenen und fremden Ansprüchen zu genügen und vorgegebene (Vertriebs)ziele zu erreichen, werden Überstunden geschoben, der Stress nimmt zu, Gesundheit und Privatleben leiden. All das ist weder im Interesse von Mitarbeitern, noch von Arbeitgebern: Denn es wirkt sich langfristig negativ auf Motivation, Leistungsfähigkeit und damit auf den Umsatz bzw. Unternehmenserfolg aus!

In diesem Training geht es um das Thema Selbstkompetenz und Selbstführung: Wie gehen Sie intelligent mit Ihren Ressourcen und Ihrer Energie um? Wie definieren und organisieren Sie sich so, dass sie Ihre Ziele erreichen und auch in den wildesten Stürmen am Ruder bleiben? Oft ist es weniger eine Sache von Work Life Balance Programmen als der richtigen inneren Haltung, ob man noch „ackert“ oder schon gestaltet. Erobern Sie sich Ihren Spielraum zurück - persönlich und beruflich!

In SKOPE lernen Sie zunächst klassische Methoden und Tools aus dem Zeitmanagement kennen und formulieren Ihre Ziele. Gestützt durch Erkenntnisse aus Gehirnforschung, Kommunikationswissenschaft und Psychologie erarbeiten Sie dann Ihren persönlichen Fahrplan zu mehr Effizienz und Zufriedenheit.

SELBSTMANAGEMENT | ZEITMANAGEMENT | ZIELE | BALANCE

Inhalte:

- Selbsteinschätzung: Meine Werte, meine Ziele, meine Zeit
- Selbst- und Zeitmanagement: Definition und Methoden
- Ziele formulieren nach der SMART-Regel
- Entwicklung einer realistischen, zielorientierten Zeitplanung (kurz-, mittel- und langfristig)
- Effizient arbeiten: Motivation erhalten, Spielraum gewinnen
 - Zeitfresser und Störfaktoren im Arbeitsalltag erkennen, eindämmen, beseitigen
 - Die tägliche Leistungskurve
 - "Getting things done" - Maßnahmen gegen die "Aufschieberitis"
 - Wirksam kommunizieren via Email, Chat etc.
 - Aufgaben richtig priorisieren
 - Den Arbeitsplatz organisieren
 - Für Ausgleich und Belohnung sorgen

- Mit Stress richtig umgehen
 - Innere Antreiber erkennen und regulieren
 - Positives Selbstmanagement durch richtige Fokussierung und Reflexion
 - Umgang mit Misserfolgen
 - Die Kunst der Abgrenzung
 - Routinen und Rituale finden und nutzen
 - Entspannungstechniken für zwischendurch
- Praxistransfer: Entwicklung des persönlichen "Effizienz-Fahrplans"

Methoden:

Trainerinput, Gruppenübungen, Rollenspiele, Einzelarbeit, Diskussion, Selbstreflexion und Feedback

Anmerkungen:

- Die Gruppen sollten mindestens 4 Teilnehmer und maximal 10 Teilnehmer umfassen.
- Die Trainings haben einen Umfang von 2 Trainingstagen.
- Es handelt sich hierbei um Standardtrainings.
- Individuelle Trainings können jederzeit nach Absprache und nach dem upDATE-Trainingsprozess aufgesetzt werden.

