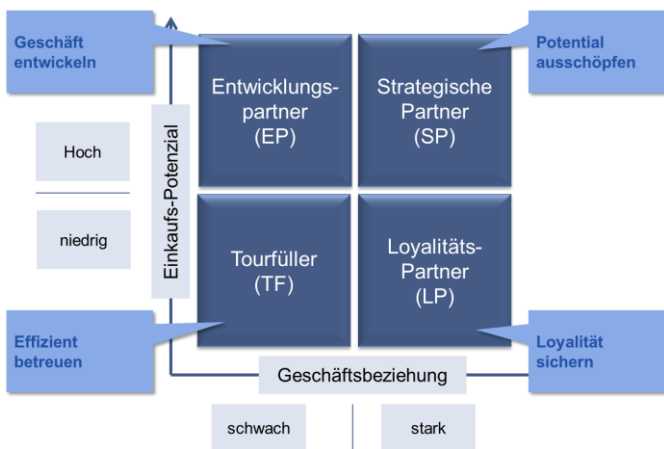




Das Vertriebsteam zum strategischen Wettbewerbsvorteil entwickeln



Das Geschäft aktiv treiben statt treiben lassen

Das Potenzial im eigenen Verkaufsgebiet kennen, die bestehenden Kunden differenzieren und die strategischen Wachstumstreiber in der täglichen Vertriebsarbeit nachhaltig verankern. Wenn diese Rolle von den Vertriebsmitarbeitern wahrgenommen wird, sind die Weichen auf profitables Wachstum gestellt – und zwar unabhängig von der Markt- und Branchenentwicklung.

Kompetenzfeld

1

Verkaufsstärke ausspielen

Erfolgreiche Praktiken identifizieren und daraus einen einheitlichen, erfolgreichen Vertriebsprozess entwickeln – das ist die Basis, damit die Vertriebsmitarbeiter ihre Verkaufsstärke ausspielen können. Maßgeschneiderte Entwicklungsimpulse aus dem Bereich der Verkaufstechnik werden dann nicht mehr verpuffen, sondern am Arbeitsplatz auch erfolgreich umgesetzt.

Kompetenzfeld

2

Neukunden-gewinnung



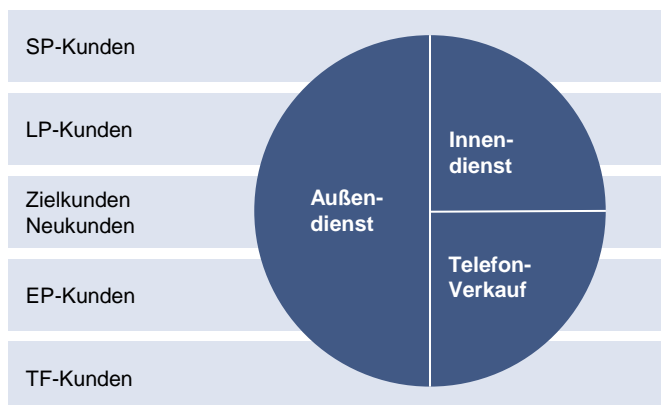
Produkteinführung



Angebote



Verkaufsaktionen



Im Team-Selling Spitzenleistung realisieren

Spitzenleistung wird dort möglich, wo in der Betreuung der Kunden differenziert wird und Vertriebsinnendienst und Telefonverkauf prozessbezogen in den aktiven Verkauf eingebunden werden. Das erhöht sowohl die Schlagzahl als auch die Effizienz in den Verkaufsprozessen und steigert spürbar die von den Kunden erlebte Qualität.

Kompetenzfeld

3

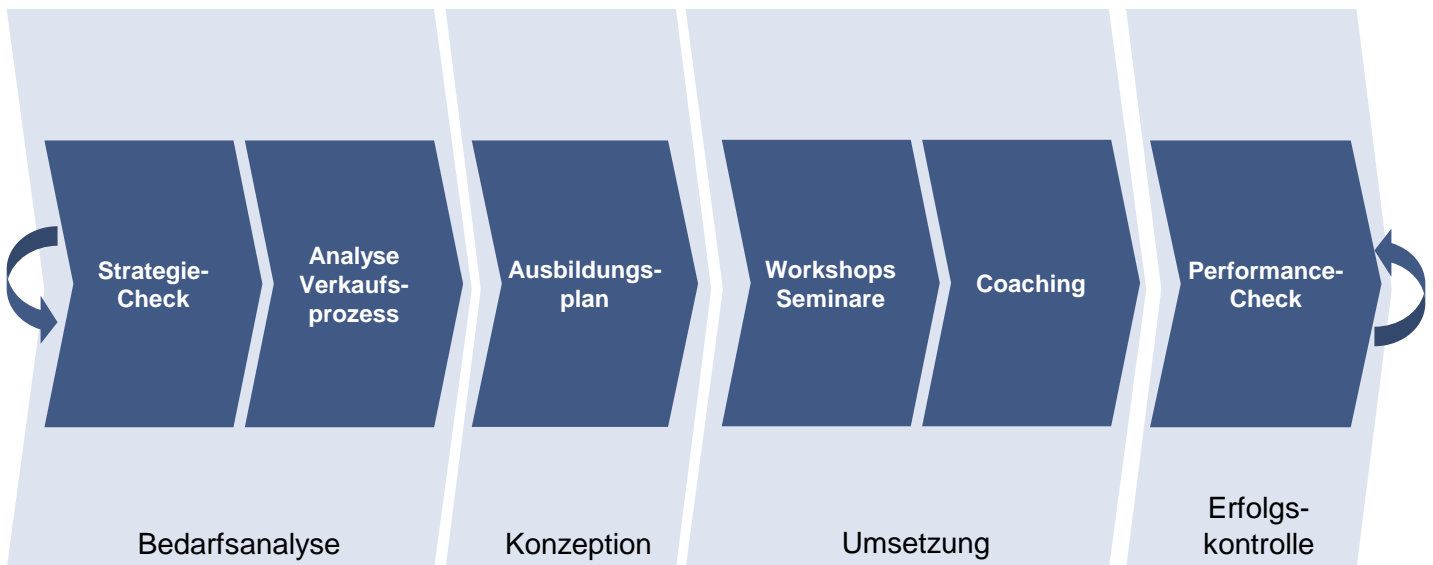
Kompetenzfelder in der Entwicklung der Vertriebsmitarbeiter

	1	1	1
Themen	Vertriebserfolg strategisch steuern	Sich selbst managen	Die Loyalität der Kunden sichern
Trainingsziele	Den strategischen Blick auf das eigene Verkaufsgebiet schärfen	Vom Getriebenen zum Treiber werden	Instrumente der Kundenbindung gezielt einsetzen
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hinter die Kulissen blicken ▪ Wachstumspotenziale identifizieren ▪ Den Fokus in der eigenen Vertriebsarbeit definieren ▪ Kunden-Portfolio-Management ▪ Der Verkaufsplan als roter Faden für die Vertriebsarbeit ▪ Den eigenen Ressourceneinsatz optimieren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die eigene Rolle und Verantwortung ▪ Vom Opfer zum Gestalter werden ▪ Probleme in Chancen verwandeln ▪ Die eigene Erfolgsformel ▪ Der Umgang mit Zeitdieben ▪ Die Weichen in der Kundenbetreuung richtig stellen ▪ Richtig planen und priorisieren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die eigenen Begeisterungschancen in der Kundenbetreuung aktiv nützen ▪ Kunden über Cross- und Up-Selling zu strategischen Partnern entwickeln ▪ Bonusprogramme sinnvoll gestalten ▪ Kundenschnittstellen über Prozessintegration auflösen ▪ Loyale Kunden als Multiplikatoren in die Marktbearbeitung einbinden

	2	2	2
Themen	Neue Kunden aktiv gewinnen	Neue Produkte erfolgreich einführen	Preise durchsetzen
Trainingsziele	Die aktive Kundengewinnung in der täglichen Vertriebsarbeit verankern	Mit dem Kundennutzen entscheidend punkten	Mit Preiseinwänden erfolgreich umgehen und an Verhandlungsstärke gewinnen
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Was einen erfolgreichen Prozess der Kundengewinnung ausmacht ▪ Beziehungsebene geht vor Sachebene ▪ Unsere Attraktivität für neue Kunden ▪ Mit Nutzen überzeugen ▪ Die Momente der Wahrheit erfolgreich gestalten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Den Kunden bei seinen Bedürfnissen abholen ▪ Von den Produktvorteilen zum Kundennutzen kommen ▪ Das Produkt in das Verkaufsgespräch einbinden ▪ Mit Standardeinwänden erfolgreich umgehen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Der Preis als Investition ▪ Beim Einwand beginnt das Verkaufen ▪ Vom Feilschen um Positionen zum nutzenorientierten Verhandeln ▪ Verhandlungstaktiken erkennen und damit richtig umgehen ▪ Preiserhöhungen effektiv umsetzen

	3	3	3
Themen	Aktiv Verkaufen im Innendienst	Wie Angebote zu Aufträgen werden	Im Team zur Spitzenleistung
Trainingsziele	Telefonische Verkaufsgespräche strukturiert führen und steuern	Die Abschlussquote der Angebote kontinuierlich steigern	Mit Team-Selling an Schlagkraft gewinnen
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Phasen eines Verkaufsgesprächs und Techniken der Steuerung ▪ Gesprächstechnik am Telefon ▪ Eingehende Kundengespräche für den aktiven Verkauf nutzen ▪ Verkaufsaktionen telefonisch nachfassen ▪ Mit aktivem Telefonverkauf die Schlagzahl im Vertrieb steigern 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wie Außen- und Innendienst im Prozess zusammenarbeiten ▪ Die Anfrageklärung als Schlüssel für den Auftrag ▪ Angebote nachfassen am Telefon ▪ Den Preis nutzenorientiert argumentieren ▪ Mit Vertröstungen richtig umgehen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wo wir als Team stehen ▪ Das eigene Verhalten im Team reflektieren ▪ Konflikte bewältigen ▪ Die gemeinsame Mission entwickeln ▪ Die eigene Rolle definieren ▪ Unsere Spielregeln in der Zusammenarbeit ▪ Wie wir uns als Team organisieren

Wie Sie Ihren zukünftigen Vertriebs Erfolg sichern können



Was unsere Trainingsmaßnahmen auszeichnet

Die von uns vorgeschlagenen Entwicklungsmaßnahmen orientieren sich an Ihrer strategischen Ausrichtung im Vertrieb und an den kritischen Vertriebsprozessen. Um erfolgreiche Rahmenbedingungen für die Umsetzung neuer Verhaltensweisen zu schaffen, unterstützen wir Sie im Vorfeld von Entwicklungsmaßnahmen bei der Prozessoptimierung.

Unser methodischer Zutritt zu Entwicklungsmaßnahmen ist erlebnisorientiert. Wir begleiten Veränderung in 4 Schritten – Erleben, Erkennen, Verstehen und Umsetzen. Eigenes Verhalten wird erlebt und durch Reflexion und Feedback bewusst. Gezielt eingesetzter Theorie-Input fördert das Erlebte zu verstehen und in einen Kontext von Ursache und Wirkung einzuordnen. Mit der Definition des persönlichen Vorhabens wird Veränderung angestoßen und durch begleitendes Coaching am Arbeitsplatz die Entwicklung vorangetrieben.

ROI – Was Sie für Ihre Investition bekommen

Die Mitarbeiter im Vertriebsaußendienst werden zu Gestaltern der Kundenbeziehungen des Unternehmens. Sie kennen das Potenzial in ihrem Gebiet und treiben das Wachstum aktiv über die Gewinnung neuer Kunden und die Entwicklung bestehender Kunden.

Die Vertriebsmitarbeiter beweisen ihre Verkaufsstärke in den kritischen Verkaufsprozessen im Tagesgeschäft. Das zeigt sich in einer kontinuierlichen Steigerung der Angebotserfolgsquote, in der Durchsetzung der Preise, in einer Verkürzung der Anlaufphase für neue Produkte und in einem verstärkten Erfolg der Verkaufsaktionen.

Ihre Vertriebsmannschaft agiert als integrative Drehscheibe und realisiert den eigenen Erfolg über die Begeisterung der Kunden. Sie fühlen sich für die Ergebnisse verantwortlich und treiben das Geschäft aktiv voran. Damit entsteht eine Win-Win-Win-Situation – motivierte Mitarbeiter, loyale Kunden und positive Vertriebsergebnisse.

