



Inhouse-Trainings des TechnologieContors

für Unternehmen erklärungsbedürftiger Produkte und Dienstleistungen

Intensivtraining: Innovative Themen
überzeugend darstellen

Vertriebsworkshop: Wo ist mein
Kunde und warum kauft er (noch)
nicht?

Intensivtraining: Innovative Themen überzeugend darstellen

Welche Kundengruppen, welche Kooperationspartner haben den größten „Bedarf“ für unser Angebot, bei welchen gelingt es, „Begehren“ zu wecken?

Das Kompakt-Seminar betrachtet die typischen Probleme insbesondere von Unternehmen erklärungsbedürftiger Produkte und Dienstleistungen bei der Kommunikation der eigenen Angebote. Wie lassen sich die eigenen Alleinstellungsmerkmale in wichtigen Unternehmenssituationen – vom Vertrieb über einen Fachvortrag bis hin zur Ansprache von Kooperationspartnern oder den Medien – schnell und begeisternd kommunizieren?

Anhand von dreiminütigen Kurzpräsentationen werden bildhafte und überzeugende Argumentationsketten aufgebaut, die sowohl in Kunden- und Kooperationsgesprächen als auch in der Darstellung des Unternehmens in verschiedenen Alltagssituationen von Bedeutung sind.

Wer schnell überzeugen kann, ist immer überzeugend!

Seminar-Inhalte

A) Theorieteil I – Kennzeichen guter Präsentation

- Definition von Zielgruppen und deren Erwartungen
- Was macht einen Vortrag spannend: Infotainment ohne Informationsverlust

B) Praxisteil I – Wen wollen Sie überzeugen?

- Welche Kunden / Partner wollen – welche können Sie erreichen?
- Begehren Wecken!
- Wo treffe ich meinen Kunden meinen Kooperationspartner?

C) Theorieteil II: Präsentationstechniken

- Kennzeichen guter Präsentationen
- Mit Körper und Stimme überzeugen, z.B.

D) Praxisteil II: Kurzpräsentation der Teilnehmer I

- Kurzpräsentationen jedes Teilnehmers
 - Im Anschluss an jede Präsentation Diskussion des Vortrags durch Teilnehmer/innen und Trainerin Erarbeitung von Verbesserungsmöglichkeiten
- ⇒ Zur Vorbereitung des Workshops erhält jeder Teilnehmer einen Vortragsleitfaden zur Vorbereitung einer 3minütigen Kurzpräsentation („Elevator Pitch“)

D) Theorieteil III: Analyse „fremder“ Elevator Pitches

F) Praxisteil II: Individuelle Überarbeitung der Präsentationen durch Teilnehmer/innen und erneute Präsentation

G) Feedback der Teilnehmer

Wer kann vom Workshop profitieren?

- Mitarbeiter(innen) im Management, in Vertrieb und Marketing
- Wissenschaftler(innen)
- Techniker(innen)

⇒ Das Unternehmen von kommunikationsstarken Mitarbeitern

Dauer und Teilnehmerkreis

- Ganztags-Workshop (8 h)
- Optimal 3-6 Teilnehmer(inne)n, bevorzugt aus verschiedenen Bereichen

Workshopmodifikation

Der Workshop kann auch auf zwei Halbtagsworkshops aufgeteilt werden. Dies lässt den Teilnehmern mehr Zeit zur Verarbeitung der komplexen Inhalte sowie zur Überarbeitung der eigenen Kurzpräsentation.

Vertriebsworkshop: Wo ist mein Kunde und warum kauft er (noch) nicht?

Wie glücken schneller Markteintritt und Expansion? Wie schaffe ich es, andere für mich verkaufen zu lassen?

Das Kompakt-Seminar betrachtet die typischen Probleme insbesondere von innovativen bzw. technologieorientierten Unternehmen beim Markteintritt und Expansion: Innovative Produkte bzw. Dienstleistungen mit ausgeprägtem Alleinstellungsmerkmal sollen erfolgreich in Wachstumsmärkten platziert werden, aber dem Unternehmen stehen nur ein begrenztes Marketing- und Vertriebsbudget und geringe Vertriebskapazitäten zur Verfügung. Wie ist dennoch ein erfolgreicher Markteintritt möglich? Die Referentin nutzt sowohl Einzelbeispiele als Erfolgs- und Misserfolgsbeispiele aus dem Unternehmensalltag.

Seminar-Inhalte

A) Welche Kunden wollen – welche können Sie erreichen?

- Welche Kundengruppen und Regionen stehen in Ihrem Fokus – sind dies die richtigen Adressaten?
- Warum sind Sie besser als Ihr wichtigster Konkurrent?
- Was können Sie von diesem lernen?

B) Vertriebsziele

- Welches sind Ihre wichtigsten Vertriebssegmente?
- Sind dies tatsächlich die attraktivsten Vertriebsziele?

C) Begehren Wecken!

- Nutzen versus Begehren – was führt zum Kauf?
- Was ist Ihr wichtigstes Argument?
- Welche Konsequenzen hat dies für Ihr Marketing- und Vertriebskonzept?

D) Nicht nur der Vertrieb vertreibt!

- Wie macht man alle Mitarbeiter zu „Vertriebskollegen“?
- Wie nutzt man günstige Gelegenheiten zur PR?

E) Wo treffe ich meinen Kunden?

- Veranstaltungen, Netzwerke, Presse und Internet effizient nutzen

F) Diskussion von Einzelfragen der Teilnehmer

G) Feedbackrunde

Wer kann vom Workshop profitieren?

- Mitarbeiter(innen) in Vertrieb, Marketing und Business Development
- Techniker(innen) mit Kundenkontakt
- Entwickler(innen)

⇒ Das Unternehmen von vertriebsstarken Mitarbeitern

Dauer und Teilnehmerkreis

- Halbtags-Workshop (4 h)
- Optimal 3-10 Teilnehmer(inne)n, bevorzugt aus verschiedenen Bereichen

Workshopmodifikation

Der Workshop kann auch durch einen Praxisteil mit Vertriebspräsentationen bzw. mit Übungen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf zwei Halbtagsworkshops oder einen Ganztagsworkshop erweitert werden. Dies ermöglicht den Teilnehmern, Gelerntes anzuwenden und zu vertiefen.

Die Trainerin: Dr. Merle Arnika Fuchs

Dr. Merle Fuchs ist Inhaberin des TechnologieContors, Gera, einem Beratungsspezialisten für wachstumsstarke Unternehmen. Dr. Fuchs führt regelmäßig Präsentationstrainings für Wissenschaftler, Gründer und Unternehmer durch und organisiert den Thüringer Elevator Pitch, eine international bekannte Veranstaltung für unternehmerische Kurzpräsentationen. Darüber hinaus berät sie Bundes- und Landesministerien, Behörden, Wirtschaftsförderorganisationen, Technologienetzwerke, Politiker und Investoren.



Kosten:

- Ganztags-Workshop: 1.400 €
- Doppel-Workshop (zwei aufeinanderfolgende Halbtage): 1.500 €
- Halbtags-Workshop: 800 €

Alle Kosten verstehen sich in Deutschland zzgl. 19 % MwSt. inkl. Fahrtkosten.

Kontaktdaten:

TechnologieContor

Dr. Merle Fuchs

Zeitzer Str. 94

07552 Gera

Tel: 0365-8304600

Fax: 0365-8304609

Funk: 0171-4542042

www.technologiecontor.de

fuchs@technologiecontor.de