



3 Seminar-Tage

NEU IM VERKAUF: Der erfolgreiche Start im Außendienst

Sie sind neu im Verkauf und wollen Ihre Aufgabe erfolgreich meistern. Gerade zu Beginn ist es wichtig, schnell hohes verkäuferisches Wissen aufzubauen und erfolgreich in Ihren Verkaufsgesprächen umzusetzen. Von großer Bedeutung sind Ihre kommunikative Kompetenz und Ihr ausgeprägtes Verhandlungsgeschick – für ein misslungenes Verkaufsgespräch gibt es selten eine zweite Chance.

Lernen Sie in diesem Intensiv-Seminar die wichtigen Voraussetzungen für Ihren erfolgreichen Einstieg in den Verkauf kennen und generieren Sie so Umsätze und Freude am Verkaufen ab dem ersten Tag. Gemeinsam entwickeln wir Ihre persönliche Erfolgsstrategie - denn um effizient arbeiten zu können, bedarf es noch mehr: Motivation, Organisation, Struktur, Vorbereitung und vieles mehr.

Inhalte:

Die Grundlagen: Leistungsmaximierung im Verkauf

- Die Erfolgsfaktoren im Verkauf
- Die persönliche Definition der eigenen Erfolgsstrategie
- Bauen Sie eine Beziehung zu Ihren Kunden auf
- Wie bereiten Sie Ihr Gebiet auf - Mehr Besuche durch effiziente Tourenplanung
- Erkennen Sie das Potential Ihrer Kunden
- Welche Kunden benötigen welchen Aufwand? Die unterschiedliche Besuchsfrequenz von A- und C-Kunden
- Erkennen Sie Ihre zukunftsstarken Kunden und ergreifen Sie Ihre Chance
- Die Königsdisziplin: Gewinnende Neukundenansprache in Ihrem Verkaufsgebiet
- Die Verkaufsunterlagen: Wie sie heute gestaltet sein müssen, um Wirkung zu entfalten
- Verkaufsgespräche systematisch vorbereiten
- Die Gesprächsnachbearbeitung

Die Kommunikation: Das Werkzeug des erfolgreichen Verkäufers

- Spielregeln und Methoden für die erfolgreiche Kommunikation
- Der wirkungsvolle und bewusste Einsatz Ihrer Stimme
- Die Kompetenz in der Gesprächsführung: Entdecken Sie, was Sie mit Worten erreichen können
- Rhetorik für Erfolg oder Misserfolg: Positiv formulieren und überzeugend argumentieren
- Signale erkennen: Aktives Zuhören sichert richtiges Verstehen
- Die Fragetechnik als Grundlage des erfolgreichen Verkaufsgesprächs
- Die Alleinstellungsmerkmale: Was zeichnet uns aus?
- Das Unternehmen und seine Leistungen präsentieren: kurz, sympathisch, sicher und mit Elan
- Wie erreiche ich das Gespräch mit den Entscheidern?

Die persönliche Wirkung: Der Verkäufer als Sympathie- und Werbeträger des Unternehmens

- Die Grundlagen der Körpersprache für sympathisches Auftreten
- Das Auftreten beim Kunden: Meine persönliche Wirkung
- Diese vier Faktoren bestimmen Ihren Verkaufserfolg
- Die Körpersprache des Kunden richtig deuten und versteckte Signale erkennen
- Persönlichkeit, Authentizität und Glaubwürdigkeit im Verkauf
- Der Verkaufsstärkefaktor: Empathie

Das kundenorientierte Verkaufsgespräch: Erfolgreich und abschlussorientiert

- Der vier Stufen im Verkaufsgespräch
- Die Wirkung von Vertrauen und Sympathie im Verkaufsgespräch
- Spüren Sie die Bedürfnisse und Motive Ihres Kunden methodisch auf
- Kundenorientierte Präsentation von Produkt- und Leistungsvorteilen
- Wer keine Kundenvorteile bietet, muss im Preis nachgeben
- Der Preis: Entwickeln Sie die richtige Einstellung zum eigenen Preis
- Welche betriebswirtschaftlichen Auswirkungen haben Nachlässe auf den Gewinn unseres Unternehmens?
- Die Vorbereitung auf den Kaufwiderstand: Welche Einwände begegnen uns?
- Die verschiedenen Kaufsignale des Kunden erkennen und richtig reagieren
- Mit der Fragetechnik abschlussorientiert das Verkaufsgespräch steuern
- Unser Erfolg: Der sympathische und sichere Verkaufsabschluss

Zielgruppe: Einsteiger in den Verkauf/Vertrieb und Praktiker, die Ihre Verkaufstechnik auffrischen und verbessern wollen

Methodik: Trainerinput mit vielen Praxisbeispielen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Analyse und Übungen von Praxisbeispielen, Kommunikationsübungen, Feedbackrunden und Problemlösungshilfen, hoher Praxistransfer für Ihren beruflichen Alltag

pro Person **1.090 €** zzgl. MwSt.

Ort	Termine 2010	Termine 2011
Berlin	22.-24.09.2010	16.-18.03.2011
Stuttgart	29.09-01.10.2010	26.-28.01.2011
Hamburg	06.-08.10.2010	14.-16.02.2011
Köln	24.-26.11.2010	08.-10.06.2011

2 Seminar-Tage

DER VERKAUFSAKTIVE AUSSENDIENST: Sicheres Wachstum im Verkaufsgebiet

Um in einem harten Wettbewerb zu bestehen, sind viele Faktoren maßgeblich: Verkaufserfolge basieren in den wenigsten Fällen auf Zufall. Ein wertvolles und sicheres Instrument für Ihre Umsatzsteigerung ist die strategische und strukturierte Ausschöpfung der Kundenpotentiale in Ihrem Verkaufsgebiet. Entdecken Sie in diesem Praxis-Workshop Ihre unausgeschöpften Potentiale und setzen Sie diese Ressourcen erfolgreich und systematisch in Ihrem Verkaufsgebiet um. Steuern Sie mit einem wertvollen und strukturierten Kundenmanagement Ihr Verkaufsgebiet auf Wachstumskurs. Steigern Sie Ihre Umsätze durch Effizienz und Strategie.

Inhalte:

- Das Verkaufsgebiet – Wie bereiten Sie Ihr Gebiet auf?
- Gebietspotentiale optimal ausschöpfen
- Für welche Kunden benötige ich welchen Aufwand?
- Wie gut kennen Sie Ihre Kunden?
- Goldene Regeln, um das Potential Ihrer Kunden zu erkennen
- Wann ist ein Kunde ein A-Kunde?
- Der Zeitfaktor – Wollen Sie große oder kleine Fische fangen?
- Neue Kundenpotentiale erschließen
- Die Erfolgsfaktoren im Außendienst
- Wählen Sie das geeignete Kundenbetreuungskonzept aus
- Der strategische Wunschkundenentwicklungsplan
- Setzen Sie Prioritäten - aber richtig
- Die Optimierung Ihrer Besuchsplanung
- Der Erfolgsfaktor: Beziehungsmanagement

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte im Vertriebsaußendienst

Methodik: Seminar mit Workshop-Charakter, Trainerinput, Intensive Einzel- und Gruppenarbeiten, Diskussionen und Erfahrungsaustausch, Transferhilfen für den Alltag

pro Person **820 €** zzgl. MwSt.

Ort	Termine 2010	Termine 2011
Berlin	02.-03.09.2010	30.-31.03.2011
Stuttgart	04.-05.10.2010	23.-24.05.2011
Hamburg	01.-02.12.2010	19.-20.01.2011
München		03.-04.02.2011

1 Seminar-Tag

GEZIELTE KUNDENRÜCKGEWINNUNG: Ergreifen Sie Ihre zweite Chance

Das Wiedergewinnen verlorener Kunden bietet ungeahnte Chancen. Der Grund: In diesem Kundenkreis schlummert ein beträchtliches Ertragspotenzial. Die Erfolgs- und Abschlussquote beim Reaktivieren ehemaliger und schlafender Kunden ist viel höher als in der Neukundengewinnung, sofern klare Regeln eingehalten werden. Analysieren Sie die genauen Verlustgründe und ergreifen Sie nachhaltige und sympathische Maßnahmen, um diese Kunden zurückzugewinnen.

Lernen Sie in diesem praxisorientierten Seminar die Methoden und Techniken für eine effektive Kundenrückgewinnung kennen.

Inhalte:

- Strategische Vorgehensweise zur Rückgewinnung verlorener und schlafender Kunden
- Identifizierung der verlorenen beziehungsweise "schlummernden" Kunden
- Ihre Ziele und Ihre Erfolgsfaktoren bei der Rückgewinnung
- Genaue Analyse der Verlustgründe
- Planung und Umsetzung von Rückgewinnungsmaßnahmen
- Behebung der Verlustgründe
- Die sympathische Kontaktaufnahme gegenüber ehemaligen Kunden
- Durchführung der Kampagnen
- Erfolgskontrolle und Optimierung
- Prävention bzw. Aufbau neuen Vertrauens und einer „zweiten Loyalität“

Zielgruppe: Vertriebsmitarbeiter im Außen- und Innendienst, Vertriebsleiter, Mitarbeiter der Kundenbetreuung

Methodik: Trainerinput mit vielen Praxisbeispielen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Analyse und Übungen von Praxisbeispielen, Kommunikationsübungen, Feedbackrunden und Problemlösungshilfen, hoher Praxistransfer für Ihren beruflichen Alltag

pro Person **420 €** zzgl. MwSt.

Ort	Termine 2010	Termine 2011
Hamburg	20.09.2010	
Berlin		28.01.2011
Stuttgart	18.10.2010	18.03.2011
München		20.06.2011
Köln	12.11.2010	



2 Seminar-Tage

**STRATEGISCHES KEY ACCOUNT MANAGEMENT:
Binden Sie Ihre Schlüsselkunden an sich**

Die optimale Betreuung von Schlüsselkunden durch ein strategisches Key-Account-Management hat eine herausragende Bedeutung für Ihren gegenwärtigen und zukünftigen Unternehmenserfolg. Doch was verbirgt sich hinter dem Begriff Key Account Management? Wozu brauche ich eine strategische Planung hierfür? Wie unterstützt meine KAM-Strategie mich direkt bei der Differenzierung im Markt? Wie hilft mir das KAM, um bei meinen Kunden nicht als Lieferant oder Dienstleister gesehen zu werden, sondern als Partner?

In diesem Seminar vermitteln wir Ihnen die Grundlagen des strategischen Key Account Managements. Sie erfahren, welche Instrumente und Methoden sich in der Praxis bewährt haben. Gemeinsam erarbeiten wir Strategien für Ihr effizientes Key-Account-Management. Sie erarbeiten sämtliche erforderlichen Parameter, nach denen Schlüsselkunden identifiziert und bewertet werden und erarbeiten einen Kundenentwicklungsplan (Key Account Plan) für einen Ihrer TOP-Kunden.

Inhalte:

Einführung

- Was bedeutet Key Account Management eigentlich wirklich?
- Inwiefern unterstützt Sie Key Account Management?
- Warum ist dies gerade in den heutigen Marktumfeldern so enorm wichtig für Sie?
- Der strategische Planungsprozess
- Die tatsächliche Umsetzung der Pareto-Regel

Das Team / der „Key Accounter“

- Das Key Account Team als Schlüssel zum Erfolg
- Das Anforderungsprofil an einen erfolgreichen Key Account Manager
- Der Key Account Manager und seine Aufgaben und Rollen als Beziehungsmanager, Informationsmanager, Teammanager und Verkäufer
- Kundenportfoliomanagement
- Identifikation Ihrer Schlüsselkunden
- Bedeutung des Portfolio Managements für Key Account Manager

Der Key Account Plan (KAP)

- Aufbau, Inhalte und Kernfragen eines Key Account Plans im Überblick
- Der Key Account Plan als Kommunikations- und Steuerungsinstrument für den Key Account Manager

- Die systematische Kundenanalyse
- Informationsquellen im Überblick: Woher und wie Sie welche Informationen über den Kunden bekommen
- Der Geschäftsbericht Ihres Kunden, nur ein Dokument mit vielen Zahlen oder eine wichtige Informationsquelle, damit Sie Ihrem Kunden noch mehr Nutzen bieten können
- SWOT – Stärken – Schwächen Betrachtung Ihre Kunden und welche Schlüsse Sie daraus ziehen können

Wettbewerbsanalyse im Key Account Management

- Ihre heutige Position (aus Sicht des Kunden!)
- Die 5 Kernfragen der Wettbewerbsanalyse
- Ziele und Strategien des professionellen Beziehungsmanagements
- Strukturierte Buying Center Analyse – Wer auf der Kundenseite spielt welche Rolle im Entscheidungsprozess? Wer beeinflusst wen? Wie sind diese Personen Ihnen gegenüber eingestellt?
- Chancen von sozialen Netzwerken, wie XING und LinkedIn, um mehr über die Ansprechpartner in Erfahrung zu bringen
- Aktives Buying Center – Selling Center Management – wie Sie professionell Beziehungen zu den Schlüsselpersonen aufbauen
- Kundenbeziehungen mittel- bis langfristig entwickeln

Zielgruppe: Key Account Manager, Account Manager, Vertriebsleiter, Verkäufer und Techniker, die ins Key Account Management wechseln möchten, sowie Fach- und Führungskräfte, die ihre Kenntnisse im Key Account Management vertiefen möchten

Methodik: In einem Methodenmix werden wichtige theoretische Grundlagen sowie Beispiele aus der eigenen Praxis referiert. Best-Practice-Analysen der Vergangenheit mit einem direkten Praxisbezug dienen dem unmittelbaren Transfer des Erlernten in den Unternehmensalltag.

pro Person **820 €** zzgl. MwSt.

Ort	Termine 2010	Termine 2011
Essen	11.-12.11.2010	
Stuttgart		19.-20.01.2011
Berlin		24.-25.02.2011
München		13.-14.04.2011

2 Seminar-Tage

**SELBSTMANAGEMENT IM AUSSENDIENST:
Effektive Planung für mehr Erfolg**

Der Erfolgsdruck im Vertrieb nimmt zu. Beratungsintensivere Produkte, steigende Kundenerwartungen und zunehmender Wettbewerb sind nur einige Kennzeichen der aktuellen Situation für den Außendienst. Hinzu kommen steigende Kosten pro Besuchstermin, immer größere Schwierigkeiten den Termin überhaupt zu halten und größere Verkaufsgebiete. Verkäufer klagen über hohe zeitliche Belastungen. Lernen Sie, sich durch intelligente Planung und effizientes Zeitmanagement besser auf Ihre Kernaufgaben zu konzentrieren.

Inhalte:

- Ziele und Grundlagen eines effizienten Zeitmanagements im Außendienst
- Bedeutung von Zielen (Langfristbetrachtung, kurzfristige Sicht)
- Betriebswirtschaftliche Aspekte (Vertriebssteuerung, Vertriebscontrolling)
- Prioritäten festlegen
- Mehr Übersicht durch CRM-Systeme
- Wiederkehrende Aufgaben rational lösen
- Die effektive Planung
- Zeit sparen - aber richtig!
- Stress und Störungen im Arbeitstag vermeiden
- Handeln statt aufschieben
- Kundenklassifizierung
- Besuchs- und Tourenplanung
- Der Einsatz des Zeitplanbuchs und moderner Kommunikationsmittel (PDA, EDV- Programme, Internet usw.)
- Tipps für Ihre persönliche Zeit- und Arbeitssituation
- Ihr persönlicher Zeitgestaltungsplan

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte im Vertriebsaußendienst

Methodik: Vortrag, Präsentation, Diskurs, Einzel- und Teamarbeiten, Brainstorming, Mindmapping

pro Person **820 €** zzgl. MwSt.

Ort	Termine 2010	Termine 2011
Stuttgart	29.-30.09.2010	
Berlin	06.-07.12.2010	
Köln		24.-25.01.2011
München		02.-03.03.2011
Hamburg		06.-07.06.2011

1 Seminar-Tag

**MESSETRAINING:
Machen Sie aus Messekontakten Aufträge!**

Messen kosten Geld. Nutzen Sie Ihre großartige Chance: Denn Messe bedeutet 'Markt pur', ein Ort der Begegnung. Selten treffen eine so hohe Anzahl von Kunden und potentiellen Interessenten so konzentriert aufeinander. Überzeugen Sie durch Ihren Auftritt und machen Sie aus Ihren Messekontakten Aufträge. Die Zauberworte hierfür heißen: aktiv, positiv, engagiert und mit viel Teamgeist. Motivierte Mitarbeiter sind der Garant für Ihren Messeerfolg. Sie sind das Aushängeschild Ihres Unternehmens.

Lernen Sie in diesem Seminar Kunden und Interessenten professionell anzusprechen, perfekt zu betreuen und für die Zukunft als neuen Geschäftspartner zu gewinnen.

Inhalte:

- Messeziele festlegen und bewusst umsetzen
- Das leistungsstarke Messteam – Das Aushängeschild für Ihr Unternehmen
- Das Auftreten und die Präsenz: Körpersprache und Kleidung auf dem Messestand
- Wie spreche ich Besucher gezielt und sympathisch an?
- Qualifizieren Sie Ihren Besucher durch Ihre vertriebsorientierte Kommunikation
- Wecken Sie das Interesse bei potentiellen Kunden: Die kundenorientierte und verkaufsaktive Präsentation Ihrer Produkte und Dienstleistungen
- Vereinbaren Sie verbindliche Schritte nach der Messe
- Die perfekte Dokumentation des Messekontaktes
- Der zielführende Abschluss eines Messetages
- Der Verkauf nach der Messe: Die professionelle Messenachbearbeitung

Zielgruppe: Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, deren Aufgabe es ist, dass die Messe für ihr Unternehmen ein „voller“ Erfolg ist.

Methodik: Trainerinput mit vielen Praxisbeispielen, Analyse und Übungen von Praxissituationen, Kommunikationsübungen, Feedbackrunden und Problemlösungshilfen, hoher Praxistransfer für Ihren Messeauftritt

pro Person **420 €** zzgl. MwSt.

Ort	Termine 2010	Termine 2011
Hamburg	17.09.2010	10.02.2011
Köln	27.10.2010	16.03.2011
Berlin	17.11.2010	19.05.2011
Stuttgart	07.12.2010	09.06.2011



1 Seminar-Tag

ANGEBOTE NACHFASSEN:
Realisieren Sie mehr Aufträge

Ihr Kunde hat bei Ihnen angefragt, das angeforderte Angebot ist seit Tagen verschickt. Aber: Ihr Kunde reagiert nicht. Nun müssen Sie aktiv werden, denn die Gründe, warum er sich nicht meldet, können vielfältig sein. Ergreifen Sie Ihre Chance, wichtige Informationen zur Kaufentscheidung einzuholen. In dieser Phase ist es unabdingbar, sich vom Mitbewerber positiv abzuheben und den Angebotsstatus zu kennen.

Sie lernen in diesem Seminar, wie Sie systematisch, sympathisch und qualifiziert auftreten. Die richtige Fragetechnik steigert Ihre Erfolgsquote, mit gekonnten Mitteln heben Sie sich positiv von anderen Anbietern ab. Das Telefon ist hierfür das perfekte Medium: Einerseits halten sich die Kosten im Rahmen, andererseits erhalten Sie wichtige Informationen über den Stand der Auftragsvergabe. Erhöhen Sie Ihre Chance den Auftrag zu erhalten durch professionelles Nachfassen Ihrer Angebote.

Inhalte:

- Die perfekte Organisation der Angebotsverfolgung
- Wann und wie fasse ich ein Angebot nach?
- Wie erhalte ich Informationen zum Angebotsstatus und zur Auftragsvergabe?
- Unklarheiten und Zweifel vom Kunden aufspüren und Lösungen finden
- Einwand oder Vorwand unterscheiden und vorbereitet sein
- Kaufsignale und Vertröstungen erkennen und richtig reagieren
- Den Entscheidungsweg herausfinden und zielgerichtete Vereinbarungen treffen
- Fixieren Sie den Abschluss
- Die kundenorientierte Angebotsgestaltung
- Tipps zur schriftlichen Angebotsgestaltung

Zielgruppe: Mitarbeiter im Außen- und Innendienst, die in Verkaufsprozesse eingebunden sind

Methodik: Trainerinput mit vielen Praxisbeispielen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Analyse und Übungen von Praxisbeispielen, Kommunikationsübungen, hoher Praxistransfer für Ihren beruflichen Alltag

pro Person **420 €** zzgl. MwSt.

Ort	Termine 2010	Termine 2011
München		17.01.2011
Köln	27.10.2010	21.03.2011
Berlin		06.04.2011
Stuttgart	10.11.2010	13.05.2011
Hamburg	08.12.2010	

2 Seminar-Tage

WACHSTUMSMANAGEMENT & Strategische Marktpositionierung

Kunden werden anspruchsvoller, der Wettbewerb ist härter und globaler, die Märkte verändern sich rasant. Kaum ein Unternehmen steht nicht unter enormen Leistungsdruck.

Stellen Sie rechtzeitig Ihre Weichen auf Wachstum: Strategische Marktbearbeitung und Positionierung sind die Schlüsselfaktoren hierfür. Nur wer seinen Markt, seine Kunden und seinen Wettbewerb kennt, kann langfristig erfolgreich sein. Unternehmen, die einen Bauchladen voll mit Produkten und Leistungen anbieten, verlieren schnell Ihre Glaubwürdigkeit. Positionierung bedeutet die Konzentration auf ein klar definiertes Gebiet und die geschickte Kommunikation hierüber. Stellen Sie in diesem Workshop Ihre strategischen Weichen für Ihr künftiges Wachstum.

Inhalte:

- Was sind die Basisfähigkeiten und Stärken Ihres Unternehmens?
- Die Eigensituationsanalyse: Erkennen und stärken Sie Kernkompetenzen
- Welche Wachstumsmärkte gibt es?
- Kundenfindung und Marktbetrachtung: Finden Sie Ihr Marktsegment
- Marktbetrachtung: Fokussieren Sie Ihre Zielgruppen
- Systematische Wettbewerbsanalyse: Welcher Wettbewerber bedient welchen Kunden?
- Die Positionierung in den richtigen Geschäftsfeldern
- Die Festlegung realistischer Wachstumsziele
- Die Positionierung im Markt: Strategien zur Steigerung des Marktanteils

Zielgruppe: Unternehmer, Geschäftsführer, Führungskräfte, Bereichsleiter und aktive Vertriebsmitarbeiter

Methodik: Seminar mit Workshop-Charakter, Trainerinput, intensive Einzel- und Gruppenarbeiten, Diskussionen und Erfahrungsaustausch, Transferhilfen für den Alltag

pro Person **820 €** zzgl. MwSt.

Ort	Termine 2010	Termine 2011
Stuttgart	09.-10.09.2010	11.-12.05.2011
Hannover	11.-12.10.2010	28.-29.03.2011
Berlin	11.-12.11.2010	28.-29.04.2011
Hamburg	06.-07.12.2010	14.-15.02.2011
München		11.-12.01.2011

2 Seminar-Tage

DAS JAHRESGESPRÄCH MIT IHREM KUNDEN:
Stellen Sie die Weichen für das kommende Jahr

Das Jahresgespräch ist ein unverzichtbarer Bestandteil Ihrer zielführenden Vertriebsstrategie. Stellen Sie in diesem Gespräch gemeinsam mit Ihrem Kunden die Weichen für die erfolgreiche und partnerschaftliche Zusammenarbeit im kommenden Jahr. Festigen Sie durch dieses Gespräch die Beziehung zu Ihrem Kunden und setzen Sie das Instrumentarium der Jahresgespräche wirkungsvoll für Ihren Unternehmenserfolg ein.

Gut vorbereitet sichern Sie sich für das neue Geschäftsjahr eine perfekt vorbereitete Startposition.

Inhalte:

- Die Bedeutung der Jahresgespräche
- Mit welchen Kunden Sie Jahresgespräche führen sollten
- Lernen Sie Motive und Verhaltensmuster von Einkäufern kennen
- Die strategische Checkliste zur Gesprächsvorbereitung
- Identifizierung von Kundenpotentialen: Aktuelle und zukünftige Liefersituation
- Identifizieren Sie Ziele und Motive Ihres Gesprächspartners und stimmen Sie Ihre Handlungsweise gezielt darauf ab
- Gezielte Maßnahmen zur Verkaufsförderung
- Typische Gesprächsinhalte und Situationen
- Gegenseitige Partnerschaft: Der Nutzen von verkaufsunterstützenden Maßnahmen
- Zielvereinbarungen und Rahmenverträge: Festlegung der qualitativen und quantitativen Zielsetzung
- Gesprächsstrategie und Verhandlungsführung: Meistern Sie kritische Situationen
- Die Umsetzung im Jahresverlauf kontrollieren

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte aus dem Vertrieb, Key-Account-Manager

Methodik: Workshop: Trainerinput mit vielen Praxisbeispielen, Einzel- und Gruppenarbeiten, praktische Übungen, Erfahrungsaustausch und Diskussion

pro Person **820 €** zzgl. MwSt.

Ort	Termine 2010
Hamburg	18.-19.10.2010
München	18.-19.10.2010
Köln	25.-26.10.2010
Berlin	28.-29.10.2010
Stuttgart	15.-16.11.2010

COACHING:
Erweiterung der persönlichen Verkaufskompetenz

Ein personenzentriertes Coaching ist das wirkungsvollste Instrument, um zukünftig Höchstleistungen im Verkauf zu erzielen. Reaktionen von Kunden, insbesondere aber das eigene Verhalten in Verkaufsgesprächen, werden zusammen mit einem zertifizierten und im Verkauf erfahrenen Coach analysiert, reflektiert und bewertet, um daraus Methoden und Vorgehensweisen zu entwickeln, die den persönlichen Verkaufserfolg nachhaltig festigen und zukünftig steigern.

Mögliche Coaching-Ansätze:

- Verkürzung und Optimierung der Einarbeitungsphase neuer Verkäufer/innen
- Steigerung der Verkaufsergebnisse: Eigene Stärken und Potenziale erkennen und für den persönlichen Erfolg nutzen
- Erweiterung der eigenen Verhaltens- und Kommunikationsfähigkeiten im Verkaufs- und Beratungsgespräch (Selbst- und Fremdbild)
- Selbstvertrauen und Sicherheit in schwierigen Akquisitions-, Verkaufs- und Verhandlungssituationen gewinnen
- Verkaufschancen realistisch bewerten und zum Abschluss bringen
- Ursachen von Umsatzrückgang, Kundenbeschwerden und Leistungsschwankungen analysieren und Strategien zur Lösung gemeinsam erarbeiten

Zielgruppe: Verkäufer/innen mit/ohne Berufserfahrung, die ihre Verkaufskompetenz gezielt erweitern möchten

Methodik: Coaching ist ein zielorientierter und interdisziplinärer Beratungsprozess: Fundiertes Feedback und Selbstreflexion sind wichtige Bestandteile. Der Coach begleitet den Verkäufer zu Kunden und in seinem typischen Arbeitsumfeld. Die Erweiterung der eigenen Verkaufskompetenzen durch die Förderung vorhandener Stärken und Potenziale steht dabei im Vordergrund. Coaching ist die wirkungsvollste Methodik für persönliche Spitzenleistungen im Verkauf!

Tagessatz **740 €** zzgl. MwSt. einschließlich Reisekosten und Spesen

Termine nach Absprache
Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.
Wir beraten Sie gerne und konzipieren ein individuelles Coaching für Sie.