

Leistungen

Vertriebstraining

Beispiel: Programm Systematische Vertriebsentwicklung

2010



Feldanalyse

Um einen konkreten Eindruck von den Bedingungen, Anforderungen und Critical incidents zu bekommen, findet vor dem inhaltlichen Programm eine Analyse bei vier Außendienstmitarbeitern statt (Nord – Süd).

In der Feldanalyse sollen die Verhaltensweisen und die Argumentationen der Kunden sowie das Vorgehen und die Methodik der Vertriebsmitarbeiter aufgenommen und ausgewertet werden.

Die Beispiele und Ergebnisse sollen als Basis für das Workshop-Programm dienen.

Workshop 1:

Stärken im Vertrieb ausbauen

Zielsetzung

Verkaufserfolge entstehen aus dem Zusammenwirken von Kundenbindung, Strategieumsetzung, zielorientierter Gesprächsführung und intuitiver Feineinstellung auf den Kunden.

Im Workshop sollen die wesentlichen Verhaltenstechniken im Umgang mit Kunden, die Möglichkeiten der Gesprächssteuerung sowie Methoden der inneren Steuerung bewusst gemacht und anhand konkreter Beispiele trainiert werden.

Das Programm soll auf den Ergebnissen der Feldanalyse basieren. Im Workshop sollen die konkreten Vorgehensweisen in Situationen mit Kunden präzisiert und systematisiert werden.

Inhalte

- Ergebnisse der Feldanalyse
- Die Rollenbeziehung zum Kunden
- Effektive Kommunikation: Sachebene und Gefühlsebene
- Die Systematik des Verkaufsgesprächs
 - Die Nutzenargumentation
 - Einwandbehandlung
 - Ergebnissicherung
- Zwingende Argumente im Verkaufsgespräch
- Sensibilität und Feineinstellung auf unterschiedliche Kunden
- Das Umgehen mit Angriffen und schwierigen Situationen im Verkauf

Workshop 2: Gezielter Ausbau des persönlichen verkäuferischen Potentials

Zielsetzung

Ziel des Workshops ist es, die eigenen Stärken im Verkauf gezielt auszubauen, konfliktauslösende Signale und Angriffspunkte im eigenen Verhalten zu identifizieren und kontrollierbar zu machen.

Dabei soll den unterschiedlichen Kundengruppen und speziellen Situationen des Marktes Rechnung getragen werden.

Im Workshop soll das persönliche Stärken / Schwächen - Profil ermittelt und der Umgang mit Belastungs- und Konfliktsituationen trainiert werden.

Substanz und Format sollen ausgebaut und die persönliche Ausstrahlung intensiviert werden.

Inhalte

- Die Person des Verkäufers – genauso wichtig wie die Verkaufsargumentation
- Die Übereinstimmung von Aussagen und Verhalten
- Format, Niveau und Stil im Vertrieb
- Das Erfolgsprofil im Vertrieb
- Die Bedeutung von Achillesfersen und Übersteigerungen
- Wann entsteht ein Draht zum Kunden?
- Der Umgang mit der persönlichen Energie
- Die Entwicklung persönlicher Zielsetzungen
- Leitfaden für schwierige Situationen
- Möglichkeiten der persönlichen Potentialentwicklung
- Selbsteffektivierungspläne
- EP-V: Erfolgspotenzial Vertrieb
- Persönliches Feedback

Workshop 3: Verhandlungstraining für Verkäufer: In Preisverhandlungen bestehen

Zielsetzung

Ziel des Workshops ist es, bei den Preisverhandlungen mit Kunden die Verhandlungsstärke und das Verhandlungsgeschick von Vertriebsmitarbeitern weiter zu steigern.

Im Seminar sollen die wesentlichen Verhandlungstaktiken dargestellt und trainiert werden.

Insbesondere soll die Reaktionsschnelligkeit und Argumentationssicherheit in schwierigen Situationen optimiert werden.

Preisverhandlungen stellen dabei einen Prüfstein für die persönliche Verhandlungsstärke und Konfliktstabilität dar.

In Preisverhandlungen geht es darum, die eigene Position klar, hart und ausdauernd zu vertreten, ohne den Gesprächspartner vor den Kopf zu stoßen.

Inhalte

- Verhandlungssituationen
- Die wesentlichen Verhandlungsstrategien
- Gewinnen in Verhandlungen: die wesentlichen Weichenstellungen
- Die persönliche Grundeinstellung zu sich und anderen
- Die Definition des Rahmens und des Verhandlungszieles
- Lösungsorientierte und partnerorientierte Taktiken
- Gewinn- und macht orientierte Methoden
- Umgang mit destruktiven und manipulativen Methoden
- Stressbewältigung in Verhandlungen
- Der Ausbau der persönlichen Konfliktstabilität
- Die persönliche Zielsetzung in der Preisverhandlung
- Selbstmanagement und Selbststeuerung in der Preisverhandlung
- Die Definition der Gesprächsergebnisse

Workshop 4: Reklamationen erfolgreich bearbeiten

Zielsetzung

Eine Reklamation bedeutet zunächst einmal: Der Kunde hat den Eindruck, dass etwas schief gelaufen ist.

Verständlicherweise erfolgt deshalb auf Reklamationen oft eine negative Reaktion, insbesondere wenn der Kunde seinem Unmut Luft macht.

Genau dies ist jedoch oft der Grund für das Abwandern von Kunden. Reklamationen sind deshalb der Prüfstein für die Kundenbeziehung.

Ziel des Workshops ist es, zur Reklamationsbearbeitung eine positive Einstellung zu nutzen, um Kundenbeziehungen in solchen Situationen nicht nur stabilisieren, sondern verstärken zu können.

Inhalte

- Formen von Reklamation
- Berechtigte und unberechtigte Reklamationen
- Die Bedeutung der ersten Reaktion
- Typische Fehler bei der Reklamationsbearbeitung
- Die Erwartungen des Kunden
- Die innere Situation des Kunden
- Erfolgreiche Gesprächsabläufe bei Reklamationen
- Gelassenheit und positive Ausstrahlung in schwierigen Situationen
- Techniken der inneren Steuerung und der Stressbewältigung
- Umgang mit aggressiven und unfairen Kunden
- Verkaufen nach der Reklamationssituation