

SALES-TRAINING



Workshops & Seminare

Workshops & Seminare

B2B-Vertrieb

2007 / 2008

Inhalte	Seite
Zielgruppe Vertriebsmanagement	
Effiziente Abschlussplanung im Vertrieb von Investitionsgütern	3
Profitables Wachstum im B2B-Vertrieb	4
Best-Practice-Verkaufsstrategien im B2B	5
Zielgruppe: Key Account und Account Management	
Key Account Management	6
Key Account Verkaufsstrategie	7
Die sieben Fähigkeiten als Wertschöpfer im Vertrieb von Investitionsgütern	8
Messe-Verkaufstraining	9
Seminarinformationen	
Offene und firmeninterne Seminare	10
Kurzprofil	
Klaus Schein, Trainer	11

DELTA-PROJEKT
Obentrautstraße 27
10963 Berlin

Tel.: (030) 25 89 98 30
E-Mail: seminare07@delta-projekt.com

www.delta-projekt.com

Effiziente Abschlussplanung im Vertrieb von Investitionsgütern

Zielgruppe: Vertriebsmanagement

Seminarziele:

Die Abschluss-Erfolgsrate ist der größte Kostentreiber im Vertriebssystem und ein Maßstab für die eigene Wettbewerbsfähigkeit. In dem Seminar wird ein Konzept vorgestellt, im eigenen Unternehmen eine effiziente Abschlussplanung aufzubauen, oder eine vorhandene zu erweitern. Das Ziel ist es, eine ständige Verbesserung der Erfolgsraten systematisch im gesamten Vertrieb einzuführen, um im Bezug auf Umsatz und Ertrag die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und auszubauen.

Inhalte:

1. Analyse interner und externer Blockaden, die zu geringen Erfolgsraten führen
2. Lösen systemischer Blockaden
3. Einführung und Anwendung von effizienter Abschlussplanung
4. Wie Sie mit effizienter Abschlussplanung eine durchschnittliche Erfolgsrate von über 50% bei Neuaufträgen erreichen
5. Beschreibung der Führungsaufgabe im Chance Management Prozess

Ihr Nutzen:

Sie lernen Strategien und Tools kennen, um folgende Verbesserungen zu erreichen:

- Stärkung Ihrer Wettbewerbsposition durch mehr Projektabschlüsse
- Reduzierung Ihrer Vertriebskosten bedingt durch verloren gegangene Projekte
- Erhöhung Ihrer Marktanteile durch Potenzialausschöpfung bei Bestandskunden und Gewinnung neuer Kundengruppen.

Methodik:

Impulsvorträge
Einzel- und Gruppenarbeit
Coaching durch persönliche Feedback-Gespräche

Dauer: 1 Tag

Profitables Wachstum im B2B-Vertrieb

Zielgruppe: Vertriebsmanagement

Seminarziele:

Im B2B-Vertrieb gibt es vier wesentliche Engpässe die profitables Wachstum verhindern:

1. die frühzeitige Kenntnis aller Projekte Ihrer Zielkunden im Markt
2. die Zeit mit persönlichen Kundengesprächen vor Ort
3. eine hohe Positionierung der Problemlösungskompetenz im Vergleich zu den Wettbewerbern
4. der persönliche Kontakt zu den Entscheidern eines Projekts

In diesem Seminar werden Strategien und Methoden vorgestellt, den Vertrieb in Bezug auf Effizienz und Effektivität zu optimieren, mit dem Ziel, profitables Wachstum zu generieren.

Inhalte:

Folgende Fragestellungen werden beantwortet:

1. Wie können wir systematisch alle Projekte unserer Zielkunden im frühen Stadium erkennen?
2. Wie können wir die effiziente Zeit der Außendienstmitarbeiter noch weiter erhöhen, die sie im persönlichen Dialog mit Kunden verbringen?
3. Wie können wir unsere Positionierung verbessern, damit die Zielkunden ein klares Bild unserer Expertise wahrnehmen?
4. Wie können wir den Außendienst befähigen und motivieren, damit er im gesamten Verkaufsprozess primär auf der Top-Ebene der Entscheider verhandelt?

Ihr Nutzen:

- Verbesserung der Sales-Pipeline zur Auswahl der chancenreichsten und profitabelsten Projekte
- Steigerung der Effizienz und Effektivität durch Fokussierung des Außendienstes auf seine wichtigsten Aufgaben und Ziele
- Optimierung des vorhandenen Innendienst-Supports oder Schaffung zusätzlicher Ressourcen für den Außendienst

Methodik:

Impulsvorträge
Einzel- und Gruppenarbeit
Coaching durch persönliche Feedback-Gespräche

Dauer: 1 Tag

Best-Practice-Verkaufsstrategien im B2B

Zielgruppe: Vertriebsmanagement

Seminarziele:

Alle Verkaufsstrategien dieser Welt versprechen den selben Nutzen: Steigerung des Verkaufserfolges. Doch welche Strategie ist für *unsere* Branche und *unser* Unternehmen die Beste und ermöglicht die höchste Steigerungsrate? Wie so gelingt es immer nur Einigen im Team, eine neue Verkaufsstrategie erfolgreich umzusetzen und ihre Verkaufsziele zu erreichen oder zu übertreffen? Und warum wachsen wir immer noch weniger im Verhältnis zur Konkurrenz in diesen Zeiten des Aufschwungs? Diese und weitere *strategische* Fragen werden in diesem Seminar beantwortet und bilden die Basis für die Auswahl und Einführung einer zugeschnittenen Best-Practice-Verkaufsstrategie für das eigene Unternehmen.

Inhalte:

1. Verkaufsstrategien im Vergleich: Strategic-, Power-Base-, Consultative-, Value added- und Solution Selling
2. Kriterien zur Auswahl Ihrer *persönlichen* Best-Practice-Verkaufsstrategie für Ihr Unternehmen zur effizienten und effektiven Projektgewinnung
3. Konzeption zur strategischen Steuerung der Verkaufsprozesse
4. Coaching der Account Manager, um immer bessere Ergebnisse zu erzielen
5. Controlling durch das Vertriebsmanagement
6. Erstellung eines individuellen Maßnahmenplans zur Umsetzung der Best-Practice-Verkaufsstrategie
7. Fallbeispiele: Umsetzung einer gewählten Verkaufsstrategie anhand konkreter Vertriebssituationen

Ihr Nutzen:

- Auswahl einer für das eigene Unternehmen am Besten geeigneten Verkaufsstrategie zur deutlichen Verbesserung der Vertriebsergebnisse
- Fertiger Maßnahmenplan zur Einführung einer passgenauen Verkaufsstrategie im eigenen Unternehmen

Methodik:

Impulsvorträge
Einzel- und Gruppenarbeit
Coaching durch persönliche Feedback-Gespräche

Dauer: 2 Tage

Key Account Management

Zielgruppe: Key Account Manager

Seminarziele:

1. Die Kompetenz im Gespräch mit Key Accounts fördern
2. Die Professionalität in der Bearbeitung der Key Accounts verbessern
3. Sicherung und Ausbau der Umsätze und Deckungsbeiträge
4. Kundenunternehmen als strategische Partner gewinnen
5. Strategien zu entwickeln, um die Key Accounts für das eigene Unternehmen zu sichern

Seminar-Inhalte:

1. Bedeutung des Key Account Managements
 - Veränderung der Marktstrukturen
 - Kundenerwartungen
 - Wertschöpfungspotenziale
 - Nutzen für das eigene Unternehmen
 - Wettbewerbsvorteile durch kundenbezogene Strategien
2. Aufgaben und Ziele des Key Account Managements
 - Die strategische Ebene
 - Die organisatorische Ebene
 - Die personelle Ebene
 - Die operative Ebene
3. Die Arbeitsweise des Key Account Managements
 - Zielgruppenbestimmung
 - Entwicklung kundenbezogener Strategien
 - Kundenentwicklungsplanung
 - Vorbereitung und Durchführung von Schlüsselgesprächen
 - Rahmenvereinbarungen
 - Realisierung der vereinbarten Maßnahmen
 - Controlling und Durchführen von Korrekturen
4. Key Accounts langfristig binden
 - Empfehlungen zur Kundenbindung
 - Empfehlungen zur Kundenrückgewinnung

Methodik:

Impulsvorträge
Einzel- und Gruppenarbeit
Coaching durch persönliche Feedback-Gespräche

Dauer: 2 Tage

Key Account Verkaufsstrategie

Zielgruppe: Key Account Manager

Seminarziele:

1. Intensivierung und Verbesserung der Kundenbeziehungen
2. Effizienzsteigerung durch strategische Vorgehensweise
3. Erreichung höherer Erfolgsquoten
4. Wettbewerbsvorteile durch Verbesserung der Kundenbindung

Seminar-Inhalte:

1. Strategieszenarien
 - Strategie zur Gewinnung neuer Key Accounts
 - Strategie zur Verteidigung der Position gegen Wettbewerbsaktionen
 - Strategie zur Erreichung höherer Kundenpotenziale
2. Strategische Kundenanalyse
 - Der kaufmännische Entscheider
 - Der technische Entscheider
 - Die positiven und negativen Kaufbeeinflusser
 - Haltungen, Kaufmotive und Kaufbereitschaft
 - Chancen/Aufwand-Analyse
3. Schaffung und Erweiterung der Kundennetzwerke
 - Organisation und Optimierung von firmeninternem Support
 - Durchdringung des Kundenunternehmens
 - Anbahnung neuer Projekte
 - Vorantreiben laufender Projekte
4. Projektgewinnung
 - Wann ist der Termin für eine Präsentation am Günstigsten?
 - Wie kann ich den Entscheidungsprozess am Besten beeinflussen?
 - Wie gehe ich bei der Angebotsverfolgung vor?
 - Wie verhandle ich ein Win/Win-Ergebnis?

Methodik:

Impulsvorträge
Einzel- und Gruppenarbeit
Coaching durch persönliche Feedback-Gespräche

Dauer: 2 Tage

Die sieben Fähigkeiten als Wertschöpfer im Vertrieb von Investitionsgütern

Zielgruppe: Key Account Manager, Account Manager

Seminarziele:

1. Den Kundennutzen und den Mehrwert (Value-added) einer technischen Problemlösung vermitteln
2. Preisverhandlungen sicher und profitabel zum Abschluss führen
3. Durch Empfehlungsmarketing neue Projekte gewinnen

Inhalte

1. Das Verkaufsgespräch: Technische Daten in Kundennutzen verwandeln
2. Die Problemlösung: Mit der Entscheidungsmatrix des Kunden arbeiten
3. Die Verhandlung: Keine Nachlässe geben ohne eigene Vorteile zu realisieren
4. Die Kunden überzeugen: Den Kundennutzen in Euro ausdrücken
5. Die Zukunftssicherung: Profitable Beziehungs-Netzwerke entwickeln
6. Generierung von Neuprojekten: Kunden zu aktiven Referenzen entwickeln
7. Die Positionierung: Sich als Partner mit höchster Lösungskompetenz definieren

Methodik:

Impulsvorträge
Gruppenarbeit
Praxisübungen mit Video-Feedback

Dauer: 2 Tage

Messe-Verkaufstraining

Zielgruppe: Alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt auf Messen

Seminarziele:

1. Beherrschung einer individuellen aktiven Kundenansprache
2. Schnelle Identifizierung potenzieller Kunden
3. Messegespräche effizient führen
4. Schärfung des Problembewusstseins, dass nur eine aktive Ansprache und Qualifizierung der Messebesucher zu effizienten Gesprächen und Präsentationen und damit zur Gewinnung wirklicher Kundenpotenziale führen kann, und dass sich die Investitionen der Messe nur durch diese Vorgehensweise amortisieren.

Seminar-Inhalte:

1. Messeziele
 - Strategische Ziele
 - Neue Kunden gewinnen
 - Potenzialausschöpfung bestehender Kunden
2. Effiziente Messegespräche führen
 - Aktive Kundenansprache
 - Qualifizierung der Besucher
 - Bedarfsanalyse
 - Messe-Highlights kundenorientiert präsentieren
 - Vereinbarungen treffen
3. Allgemeines Verhalten auf dem Messestand
 - Corporate Identity
 - Kleidung
 - Pünktlichkeit
 - Problemzonen: Handy, Zigaretten, etc.
4. Motivation
 - Teamgeist
 - Verantwortung
 - Wettbewerb
 - Begeisterung

Methodik:

Impulsvorträge
Gruppenarbeit
Praxisübungen mit Video-Feedback

Dauer: 1 Tag

Seminarinformationen

Alle Seminare werden als offene und firmeninterne Seminare angeboten.

Offene Seminare

Preise für offene 1-tages-Seminare, pro Teilnehmer € 390,-

Preise für offene 2-tages-Seminare, pro Teilnehmer € 690,-

Firmeninterne Seminare

Preise für firmeninterne 1-tages-Seminare € 1.250,-

Preise für firmeninterne 2-tages-Seminare € 2.250,-

Firmenindividuelle Workshops

Vorgespräch in Ihrem Hause zur Zielvereinbarung sowie die Erstellung einer passgenauen Konzeption für Ihr Unternehmen € 1.000,-

Preise für firmeninternen 1-tages-Workshop € 1.250,-

Preise für firmeninternen 2-tages-Workshop € 2.250,-

Preise gelten zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer

Kurzprofil

Klaus Schein ist Unternehmensberater, Trainer und Coach im Bereich Marketing und Vertrieb von Investitionsgütern mit den Schwerpunkten: Strategische Vertriebssteuerung, Entwicklung von passgenauen Verkaufsstrategien, Key Account Management und strategisches Verkaufen auf Management-Ebene. Klaus Schein verfügt über diese Qualifikationen und folgendes Leistungsspektrum:

- 12-jährige Marketing- und Vertriebs Erfahrung bei internationalen Unternehmen wie Hewlett-Packard, General-Electric und Rockwell-Automation
- 12 Jahre als Unternehmensberater, Trainer und Sales-Coach bei Delta-Projekt
- 4-jährige Erfahrung als Dozent für Sales-Promotion an der Kommunikations-Akademie Hamburg (KAH)
- Akademische, technische Ausbildung im Fachgebiet Elektrotechnik / Nachrichtentechnik

Weitere Informationen und Kontakte

Sie sind interessiert und haben weitere Fragen? Rufen Sie uns bitte an oder schreiben Sie uns. Wir freuen uns darauf, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen.

Ihr Ansprechpartner:

Klaus Schein

klaus.schein@delta-projekt.com

DELTA-PROJEKT

Postfach 610191

10922 Berlin

(030) 25 89 98 30

www.delta-projekt.com