

Teilnehmer

- » Vertriebsleiter
- » Außendienst - Mitarbeiter
- » Innendienst - Mitarbeiter im Vertrieb / Verkauf
- » Projektmanager im Vertrieb
- » Key Account Manager
- » Call-Center-Manager
- » Service-Manager

▲Top

Ziele

Sie werden lernen

- » **Wichtige Erfolgsfaktoren**
- » **Preise durchzusetzen**
- » **Den kompletten Kauf- und Verkaufsprozess an Fall-Beispielen zu üben**
- » **Gesprächsziele professionell vorzubereiten und durchzusetzen**
- » **Eine positive Gesprächsatmosphäre zu erzeugen**
- » **Gespräche zielgerichtet zu steuern**
- » **Flexibel auf unterschiedlichste Ausgangssituationen des Ansprechpartners einzugehen**
- » **Kundenorientiertes Verhalten im Gesprächs-Prozess zu gestalten**
- » **Den Kundennutzen überzeugend zu kommunizieren als USP, CSP, EVP**
- » **Umgang auch mit "schwierigen" Gesprächspartnern zu beherrschen**

» sich abschlußsicher zu verhalten

▲Top

Lehr- / Lernmethoden

» freiwillige Live-Übungen mit Video-Analysen

» Einzel- und Gruppen Feedback

» Einzel- und Gruppendiskussionen

» Team-Teaching

» individuelles Coaching

» Vortrag, Moderationen, Interaktionen

▲Top

Inhalt

Strategisches Verkaufen - live

» Wichtige strategisch wertorientierte Erfolgsfaktoren & Trends

 Persönliche Erfolgsfaktoren

 Unternehmensbezogene Erfolgsfaktoren

» Differenzierungen zu strategisch - operativ - taktischem Vorgehen

» Strategischer Customer Value first

» Preise strategisch durchsetzen als Erfolgsfaktor

» Strategisches Value Selling

» Vom strategischen Kundenwert zum strategischen Unternehmenswert

Wertschöpfung durch strategisch, proaktives Kunden - Beziehungs -

Management

vom Kundenwert zum U

Der mehrdimensionale Gesprächspartner / Kunde

Das mehrdimensionale Kommunikations - Modell als strategische Wertschöpfung

Ratio - Elemente / Emotio - Elemente / Aktio - Elemente / Gesamt - Modell

» **Gehirngerechtes Kommunizieren**

Gehirn-Modell strategisch eingesetzt

» **Strategisches Energie & Frequenz-Management**

» **Strategisches Denken & Interagieren in strategisch wertschöpfenden Ergebnissen**

» **10. Strategisch wertschöpfende Verhaltens - Phasen in der proaktiven Kunden- Kommunikation / Interaktion**

10.1 Vorbereitungsphase

für eine strategisch wertschöpfende Interaktion ZP, AH, GZ1, GZ2, CMC, MCM

Persönliche Elemente / Organisatorische Elemente

10.2 Gesprächseröffnungsphase

Individuell proaktive strategische Gestaltung wettbewerbsdifferenziert

10.3. Analyse - Phase

Strategisches Data Base - Management

Strategisches Markt-Portfolio / Kunden-Portfolio / CRM

Die Strategie - Matrix / Strategische Kundenqualifizierung

Wertorientierte Wünsche des Gesprächspartners

Strategische Kaufmotive / Typologie

Strategische Frage - Arten / Frage - Techniken

Einkäuferbehauptungen strategisch durchleuchten /

Strategische Orientierungsgrößen

10.4 Präsentations - Phase

Kundenorientierte Formulierungen

Kundenorientierte Wertschöpfungs-Elemente

Customer Value Chain

Strategische Kompetenzen

Strategische Kunden - Vorteile

USP-CSP-EVP

Visionäre Wertschöpfung

Visionäre Gesprächsführung

Präsentation vor Entscheidern / Strategische Kaufbeeinflusser

10.5 Einwand - Phase

Mögliche Einwände / Mögliche Vorwände / Einwand - Behandlung / strategisch proaktives Zuhören

10.6 Interaktions-Phase

gemeinsam mit den Kunden strategische Perspektiven entwickeln

10.7 Argumentations - Phase

Das strukturierte Argument / Ausgewählte strategische / wertorientierte Argumente **USP-CSP-EVP**

Strategische win - win Faktoren

10.8 Abschluß-Phase

Entscheidungs-Prozess / Strategische Hilfsmittel zur Entscheidungsfindung

10.9 Verabschiedungs - Phase

wer verabschiedet wen, wann, wo, wie?

10.10 Danach - Phase

Was leite ich in die Wege, daß der Kunde nachhaltig begeistert sein wird?

Weitere Vorgehensweise / CRM

➔ **Strategischer Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen**

» **Qualifiziertes strategisch proaktives Reklamations-Management**

» **Wichtige Top-Trends für den Vertrieb / Verkauf**

für eine strategische

Zukunftsgestaltung

▲ **Top**

Bitte

[kontaktieren](#)

□