

# **Performancesteigerung im Vertrieb bei der xxx GmbH**

**Präsentation MOC-Consult GmbH**

**- Ein Qualifizierungskonzept -**

## **Ausgangssituation**

- Ziel der Maßnahme ist es, den Vertrieb praxisbezogen entlang der erweiterten Anforderungen zu schulen. Die Einbindung und Vernetzung der Vertriebsorganisation ist ein wichtiger Bestandteil des Erfolges der Maßnahme. Eine Einbindung verschiedener Mitarbeiter aus anderen Bereichen ist Teil der Maßnahme.
- Der Bedarf der Teilnehmer und die Ziele sind im einzelnen noch zu fixieren. Empfohlen werden vorangestellte Workshops mit den Führungskreisen.
- In den Workshops werden die Schwerpunkte, Ziele und Maßnahmen sowie die Einbindung der Vertriebsorganisation besprochen.

## Zielgruppe

- Alle Vertriebsmitarbeiter
- Alle Mitarbeiter im Account-Management und in der Vertriebsunterstützung

## Ziele

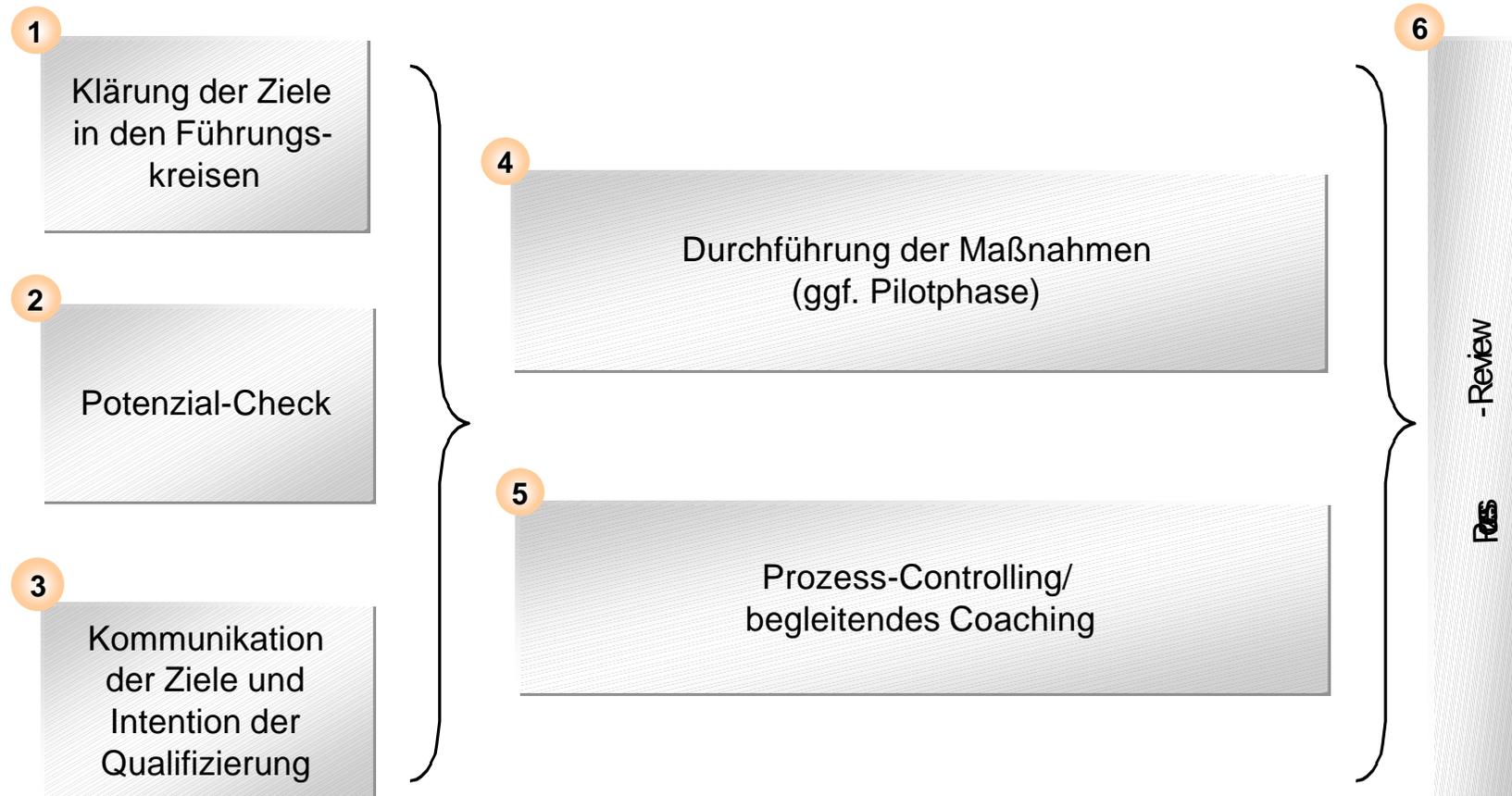
- Optimale Entwicklung von persönlichen Kompetenzen und Fähigkeiten aller Vertriebsmitarbeiter
  - Feedback aufnehmen (und geben)
  - Konflikte wahrnehmen und lösen
  - Persönlichen Auftritt optimieren
  - Verkaufsargumentation / Psychologie des Überzeugens verbessern
- Kenntnisse Marketing und Betriebswirtschaft verbessern
- Kenntnisse des eigenen Markt- und Wettbewerbsumfeldes erneuern
- Operationalisierung der Unternehmens- und Marktstrategie kennen lernen
- Unterstützung und Ansporn für neue Vertriebsmitarbeiter geben

**Programmdauer: zwei Jahre**

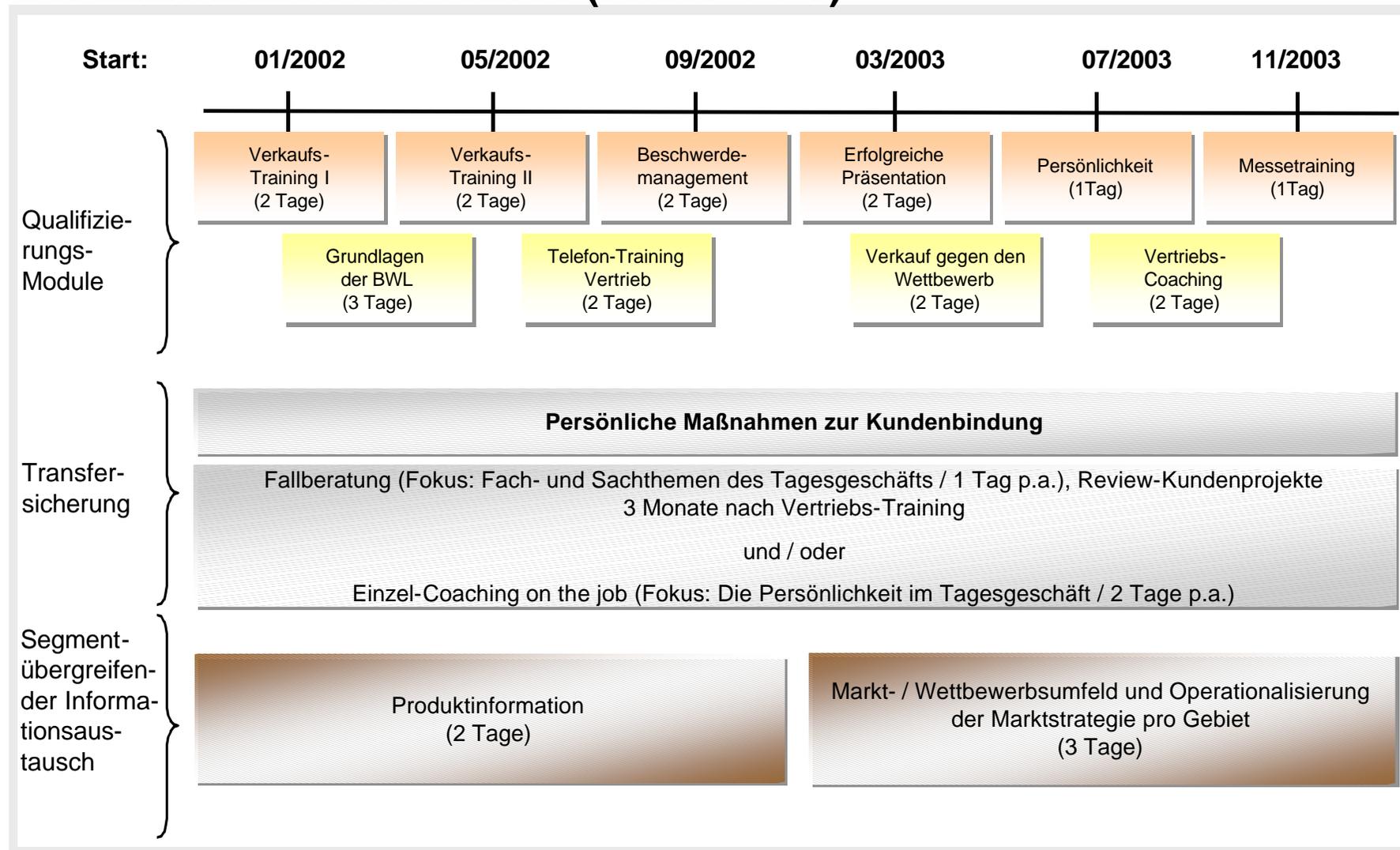
## **Besonderheiten**

- Im Vorlauf zu dem Programm werden zu Beginn und am Ende des Programms Selbst- und Fremdeinschätzungen am Anforderungsprofil gespiegelt mit dem Ziel der Standortbestimmung
- Im Rahmen der Module „Coaching“ gibt es für jeden Mitarbeiter die Möglichkeit sich ein ganz persönliches Feedback vom Coach geben zu lassen und daraus weitere Ansatzpunkte zu erkennen und zu entwickeln
- Es werden verbindliche und zusätzlich frei wählbare Qualifizierungsmodule festgelegt

## Prozess-Verlauf



## Die Maßnahmen im Prozess (Phase 4 + 5)



## Verkaufstraining I + II

- Grundlagen des Verkaufens - Kundengespräche planen und steuern
- Persönlicher Verhandlungsstil - Überzeugen durch Körpersprache, Rhetorik und persönliches Auftreten
- Entwickeln von Verhandlungsstrategien - Phasen der Gesprächsführung und Entscheidungsprozesses
- Verhandeln bei begrenzten Ressourcen - Klären von Interessen und Positionen
- Kaufmotive im Gespräch erkennen
- Techniken der Moderation beherrschen zur Steuerung von Diskussionen
- Umgang mit Kundenfeedback
- Effektives Beschwerdemanagement durch gezielte Kommunikation
- Win-Win - Lösungen im Konfliktfall
- Interventionstechniken für schwierige Verhandlungssituationen kennen lernen und anwenden
- Abschlusstechniken anwenden

**Dauer:** 2 Tage + 2 Tage

## **Beschwerdemanagement im Alltag**

- Wiederherstellen der Kundenzufriedenheit
- Erfassen aller Abweichungen der Kundenerwartungen zu der gelieferten Leistung (Erwartungen der Kunden erfahren und besser verstehen)
- Sicherstellen der professionellen Abwicklung aller Kundenbeschwerden
- Verbessern der Produkte / Serviceleistungen und internen Prozesse durch Erkennen und Beseitigen der Problemursachen
- Verändern der Unternehmenskultur, um Kundenbeschwerden als Chance zu nutzen, den Kunden enger anzubinden - ohne Schuldzuweisungen!

**Dauer:** 2 Tage

## Erfolgreiche Präsentation

- Struktur einer Ziel- und Adressatenorientierten Präsentation kennen lernen
- Optimierung der inhaltlichen und persönlichen Präsentationswirkung-Zusammenspiel von Medieneinsatz, Rhetorik und Körpersprache
- Elektronische Präsentationen wirkungsvoller gestalten
- Interventions-Techniken in der Präsentation kennen lernen und anwenden
- Schwierige Situationen meistern
- Story-line
- Übung an den eigenen Präsentationen

**Dauer:** 2 Tage

## **Persönlichkeit**

- Vermitteln von Ideen und Vorschlägen für das passende Outfit, die für eine positive Repräsentanz des Unternehmens zu beachten sind
- Übereinstimmung von Individualität, Image und Kleidung
- Tipps und Tabus
- Regeln und Benehmen beim Essen / Weinbestellung / Orientierungsgeber

**Dauer:** 1 Tag

## Messtraining

- Durchführung von praktischen Gesprächsübungen mit anschließender Analyse
- Üben von Techniken und Methoden des professionellen Demonstrierens und Präsentierens
- Strategische Aussagen (Sprachregelung)
- Eigenes Erscheinungsbild auf der Messe
- Den Messebesucher erkennen und spezifisch behandeln
- Kritische Situationen und deren Behandlung
- Arbeiten im Team

**Dauer:** 1 Tag

## Grundlagen der BWL

Medium: Unternehmensplanspiel

- Unternehmenszusammenhänge erkennen und verstehen
- Verständnis für die wirtschaftliche Situation des Marktes und des Unternehmens herstellen
- Budgets und Berichte interpretieren
- Mit den gewonnenen Ergebnissen und Erkenntnissen arbeiten

BWL-Inhalte:

- Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung
- Finanz- und Bilanzanalyse
- Strategische Planung
- Kennzahlenrechnung: Break-Even-Point, Rentabilitäten

**Dauer:** 3 Tage

## Telefon-Training Vertrieb

- Mehr Zeit für die eigentlichen Aufgaben
- Gespräche beim Kunden / Interessenten fundiert vorbereiten und professionell terminieren
- Potenziale rechtzeitig erkennen
- After-Sales-Konzepte einfacher realisieren
- Innovative Meldeformen, Sprechstil, Formulierungen und positive Grundstellung beherrschen
- Aktives Zuhören, Umgang mit unterschiedlichen „Typen“, psychologische Einflüssebenen am Telefon
- Checklisten, Gesprächsleitfaden und Nutzenargumentation systematisch anwenden
- Bedürfnisse erkennen, Fragetechniken nutzen, Eisbrecher anwenden, mit Reklamationen kundenorientiert umgehen, Gesprächsabschluss positiv gestalten

**Dauer:** 2 Tage

## Verkauf gegen den Wettbewerb

- Die eigene Marktpositionierung klar erkennen
- Gemeinsam mit dem Kunden eine Entscheidungsanalyse aufbauen
- Allgemeine Situationsanalyse systematisch machen
- Einbeziehung von Me-too-Produkten
- Aufbereitung der Information über den/die Wettbewerber
- Erstellung einer Wettbewerbanalyse mit allen relevanten Faktoren
- Aufbau einer erfolgreichen, abgestimmten Argumentation
- Eigene Produkt-/Unernehmensdarstellung unter Einbeziehung der Wettbewerbskenntnisse
- Aufbau einer Entscheidungsanalyse für und mit dem Kunden im Verkaufsgespräch

**Dauer:** 2 Tage

## **Vertriebs-Coaching**

- Was ist Vertriebs-Coaching?
- Ist-Situation ermitteln, Schwachstellen beseitigen
- Das Einführungsgespräch vor dem Coachingprozess
- Briefing vor dem Verkaufsgespräch
- Einsatz der richtigen Arbeitsmittel
- Gesprächs-Feedback nach dem Verkaufsgespräch
- Erstellung eines individuellen Ausbildungsplanes
- Neuorganisation der Verkaufsm Meetings
- Entwicklungs- und Beurteilungsgespräche richtig führen
- Verkäufermotivation
- Fortentwicklung messbar machen

**Dauer:** 2 Tage

## Kollegiale Fallberatung

- Darstellung von gelungenen bzw. schwierigen Situationen des Vertriebsalltags
- Kollegiale Beratung für konkrete Alltagssituationen mit MOC-Moderatoren
- Bei gutem Transfer quartalsweise geplant
- Review von Kundenprojekten
- Praxisfall-Beratung
- Supervisions-Sessions

**Dauer:** 2 Tage (verteilt auf Laufzeit)

## Einzelcoaching on-the-job

- Reflexion der Praxiserfahrungen
- Unterstützung des Lerntransfers
- Bedarfsorientierte Rückmeldung zu
  - Stärken, Begabungen und Optimierungsansätzen
  - Erkennen der eigenen Verhaltens-, Kommunikations- und Denkmuster
- Unterstützung der gezielten Weiterentwicklung
- Begleitung zum Kunden -unmittelbares Feedback
- Begleitung on-the-job bzw. vor Ort

**Dauer:** nach Bedarf

## Produktinformation

- Wird durch die Vertriebsorganisation bestimmt

**Dauer:** 2 Tage

## **Markt- / Wettbewerbsumfeld und Operationalisierung der Marktstrategie pro Gebiet**

- Kundenanalyse
- Qualifizierung von Kunden
- Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Kundenzufriedenheit messen
- Kundenfeedback
- Marktstrategie
- daraus abgeleitet konkrete Maßnahmen für das nächste Jahr

**Dauer:** 3 Tage