

## Vertrieb für Praktiker VfP 2

Letzte Aktualisierung Mittwoch, 25. April 2007

Ausgangspunkt Kunden haben Sie in letzter Zeit verstärkt akquiriert. Doch ist auch der erwartete Umsatz gestiegen? Wie gelingt es, mehr Kunden zu binden, mehr Umsatz pro Kunde zu generieren, weniger Aufwand pro Kunde zu betreiben, stabile Kundenzufriedenheit zu erreichen – und dennoch die eigene Leistungsfähigkeit zu erhalten und die Balance zwischen Privatleben und Beruf zu bewahren, obwohl Vertriebsarbeit oft unter die Haut geht? Die Schwerpunkte des Programms vermitteln hierzu neue und anspruchsvolle Methoden, die eigene Vertriebspraxis voraussetzen und auf Theorien und Techniken aus Programm VfP 1 aufbauen:

ZielgruppenTeilnahmevoraussetzung: Vollständiger Besuch des Programms VfP1

Unternehmer, Geschäftsführer, die die Effizienz ihres Vertrieb steigern möchten

Führungskräfte im Vertriebsbereich

Mitarbeiter im VertriebDer Kunde:

Das Geheimrezept erfolgreicher Vertriebsarbeit liegt darin, den Kunden zu erkennen und zu verstehen – und darauf Produkt und Service konsequent abzustimmen. Dazu bedarf es fundierter psychologischer Kenntnisse. Diese werden systematisch zu den Vertriebsphasen Erstakquise, Beziehungspflege und Abschluss vermittelt. „Der Berater:

Um die Balance zwischen allen Aufgabenfeldern des Vertriebs und des Privatlebens zu bewahren vermitteln wir neuartige Planungsinstrumente. Damit Stressbewältigung gelingt und die Belastbarkeit bzw. Leistungsfähigkeit steigt, werden diejenigen Einstellungen und Werte hinterfragt und analysiert, die das Arbeiten erschweren und Erfolge im Vertrieb sabotieren. Die Aufgabe:

Um die Arbeitsorganisation zu optimieren werden Grundsätze und Prinzipien aus dem Qualitätsmanagement und dem Projektmanagement speziell für Vertriebsaufgaben vermittelt. Resultatorientierung und Wirksamkeit aller Arbeiten können dadurch verbessert werden. Systematische Erfolgskontrolle (Evaluation) erlaubt es, diejenigen Strategien stärker einzusetzen, die im individuellen Fall Erfolge erbracht haben. Kursvorbereitung

In einem Vorgespräch erfragen wir Ihre Erfahrungen im Vertrieb seit dem ersten Programm sowie Ihre Erwartungen und Zielsetzungen. An diese passen wir die Schwerpunkte des Programms 2 an. Kursinhalte

Block 1 Der Kunde – Bedarfsgerecht beraten (Dauer: 3 Tage)

- Der Weg zum Kunden: Ermittlung von Bedarf und Bedürfnissen am Telefon

- Gemeinsam mit dem Kunden: Empfängergerecht beraten

- Den Kunden loslassen: Widerstand vermeiden, zur Einsicht führenBlock 2

Der Berater – Die Leistungsfähigkeit

steigern (Dauer: 3 Tage)

- Zeitplanung: Den Überblick bewahren, die Balance halten

- Stressbewältigung: Typische Stressoren im Vertrieb identifizieren und minimieren

- Innere Blockaden lösen: Den Inneren Kritiker mundtot machen - Erfolge erkennen und anerkennenBlock 3 Die Aufgabe

– Die Effizienz des Vertriebs steigern (Dauer: 3 Tage)

- Grundsätze des Qualitätsmanagements – Wiederkehrende Prozesse optimieren und kontrollieren

- Grundsätze des Projektmanagements – Neue Prozesse und Aufgaben optimieren und kontrollieren

- Grundsätze der Evaluation – Erfolge analysierenSeminar-Methoden

- Systematisches Training von vertriebsrelevanten Kompetenzen

- Fallbeispiele aus dem Praxisalltag

- Praktische Hinweise zur Umsetzung von Vertriebsstrategien und –methoden

- Gelenkter Erfahrungsaustausch über verschiedene Branchen und PositionenAblaufDrei Blöcke zu je drei Tagen

In jedem Block:

Zwei Seminartage aufeinander folgend, wenige Tage danach der Praxistag mit der Anwendung des Gelernten in eigenen PraxisbeispielenDozenten

Zwei Dozenten aus folgenden Bereichen:

- Erfahrene Diplom-Psychologin aus der Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie bzw. dem Personalwesen und der Personalentwicklung

- Leitende Führungskraft aus dem Bereich Marketing und Vertrieb