



Kursbeschreibung

Das Sichern und Erhöhen von Marktanteilen ist Ziel vieler Unternehmen. Kriterium dafür ist in Zeiten immer einfacher austauschbarer Produkte und der schnellen Verfügbarkeit von Informationen jeder Art die Qualität der Akteure im Verkaufsprozess. Ziel dieses Kurses ist die Entwicklung der optimalen, individuellen Verkaufsstrategie.

Das Programm besteht aus einem Lektionshandbuch mit Aktionsplan und einem Arbeitsbuch. Es umfasst sechs Lektionen auf insgesamt ca. 210 Seiten. Die klar strukturierten und tiefgründig zu bearbeitenden Aktionspläne erfordern ein engagiertes Selbststudium. Die Audio-CDs unterstützen ein multisensorisches Studium. Durch die Arbeit mit dem Arbeitsbuch wird das sofortige Umsetzen der Entwicklungsprozesse im Arbeitsalltag gefordert und gefördert.

Der Kurs läuft berufsbegleitend etwa fünf Monate. In dieser Zeit finden nach dem Kick-off-Meeting sechs weitere dreistündige Meetings zu den Lektionen statt. In den Meetings werden Aufgaben und Aktionsschritte besprochen, Fähigkeiten und Fertigkeiten trainiert und erreichte Ziele präsentiert. Zwischen den Meetings sind für die individuelle Erarbeitung der Lektionen durchschnittlich drei Stunden wöchentliches Selbststudium einzuplanen. Die Arbeit mit dem Arbeitsbuch fließt direkt in den Arbeitsalltag ein. Im Vorfeld des Kurses findet dazu eine Abstimmung mit dem Unternehmen statt.

Inhalte

- Bestimmung der Kundenzielgruppen
- Vorbereitung des Verkaufs
- Das Verkaufsgespräch
- Bestimmung der Kaufmotive
- Der Verkaufsabschluss
- Behandlung von Einwänden und Vorwänden

Vorteile & Nutzen

Das Programm und der Kurs bieten folgenden Nutzen:

- ✓ Erkennen der Erfolgsfaktoren im Verkaufsprozess
- ✓ Entwickeln/Übernahme einer erfolgreichen Verkaufsstrategie
- ✓ Beherrschen eines eigenen Trainingsprogrammes, dass eine ständige weitere Verbesserung des Verkaufsprozesses fördert und fordert
- ✓ Entwickeln von verkaufsfördernden Einstellungen und Gewohnheiten
- ✓ Verbessern der Fähigkeiten und Fertigkeiten im Verkauf
- ✓ Steigerung des Umsatzes durch professionelles Verkaufen

Zielgruppen

- Führungskräfte aller Hierarchieebenen im Bereich Vertrieb
- Vertriebsmitarbeiter
- Mitarbeiter im Bereich Beratung
- Mitarbeiter im Servicebereich (auch Reklamationsabteilungen)
- Nachwuchsführungskräfte, die Vertriebserfahrungen sammeln sollen