

Bausteine des Verkaufserfolges

Zielgruppe: *VerkäuferInnen und BeraterInnen die täglich mit Kunden in Kontakt sind.*

- Themen:**
- ✓ Persönlichkeit und Wirkung als Schlüssel zum Verkaufserfolg
 - ✓ Neukunden-Acquisition per Telefon, Professionell telefonieren
 - ✓ *Verhandlungs-Technik und Taktik*
 - Gesprächseröffnung / Bedarfsanalyse
 - Präsentation / Nutzenargumentation
 - Einwandbehandlung / Reklamation
 - Preisverhandlung / Abschluss
 - ✓ Überzeugende Rhetorik und Dialektik im Verkaufsgespräch
 - ✓ Körpersprache verstehen und einsetzen
 - ✓ Aufbau und Ausbau zukunftsbetonter Partnerschaft mit dem Kunden
 - ✓ Planen - von der guten Absicht zur Tat
 - ✓ Kreativität und Flexibilität im Verkauf



Das Ziel heisst: Erfolg

Die TeilnehmerInnen trainieren die entscheidenden Aspekte der Verkaufspraxis und lernen, erfolgreich zu handeln. Soziale Kompetenz und Methodenkompetenz sollen glaubwürdig zusammenwirken.

Das interaktive Training - verbunden mit Umsetzungsphasen, sichert die Integration in die tägliche Praxis.

Weil Produkte und Dienstleistungen sich angleichen, besteht der „Mehrwert“ für den Kunden zunehmend in der Qualität der Betreuung.

Verkäuferisches Verhalten und Handeln muss den Kunden überzeugen und gewinnen.

Erfolgreicher Umgang mit Kunden

Zielgruppe: *MitarbeiterInnen die täglich mit Kunden in persönlichem oder telefonischem Kontakt sind und damit Dienstleistungen erbringen, die den Verkauf unterstützen und das Image der Firma prägen.*

- Themen:**
- ✓ Kunden von den Leistungen des Unternehmens überzeugen, durch soziale Kompetenz, gewinnendes Auftreten und Verhalten.
 - ✓ Verkaufsorientiertes agieren und reagieren im Gespräch mit Kunden.
 - ✓ Reklamation als Chance.
 - ✓ Verhandlungstechnik. Umgang mit „schwierigen“ Kunden und Situationen.
 - ✓ Gekonnt telefonieren.
 - ✓ Die Bedeutung und Vertiefung der persönlichen Ebene zwischen Kunde und Betreuer.
 - ✓ Die Wichtigkeit der Information als Bindeglied vom Kunden zum Unternehmen.
 - ✓ Die eigene Einstellung gegenüber Kunden und Firma als Schlüssel zu mehr Leistung.



Ziel:

Die TeilnehmerInnen trainieren die für ihre Praxis wichtigen Aspekte mit dem Ziel, das Unternehmen in den Bereichen *Service, Kundenbetreuung usw. auf hohem Niveau* zu repräsentieren.

Verkaufsorientiertes Denken und Handeln sollen das Marketing unterstützen.

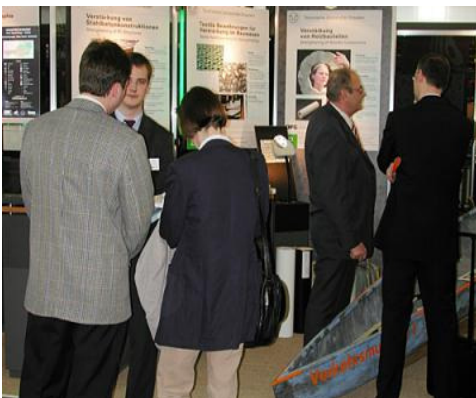
Die Forderung, alle Erkenntnisse des Trainings in die Praxis umzusetzen, lässt die TeilnehmerInnen die Bedeutung Ihrer Tätigkeit in einem neuen Licht sehen und motiviert sie, ihren Teil zum positiven *Image des Unternehmens* beizutragen.

Überzeugend Auftreten und Verkaufen an Messen

Workshop/Training ausgerichtet auf Praxis und Zielsetzungen der Auftraggeber

Zielgruppe: *Personal, das für die Teilnahme an einer oder mehreren Messen vorgesehen ist.*

- Themen:**
- ✓ Was tun und beachten, um an einer Messe den Erfolg zu sichern?
 - ✓ Der entscheidende Unterschied zur Konkurrenz: Wirken und Wirkung des Standpersonals.
 - ✓ **Agieren - statt reagieren!**
 - Die ersten 20 Sekunden des Kontaktes bewusst gestalten.
 - Interesse des Besuchers wecken und wach halten.
 - ✓ **Spreu vom Weizen trennen!**
Was tun, um wertvolle Zeit in die „richtigen“ Besucher zu investieren?
 - ✓ Präsentation und Demonstration im Dialog mit dem Messebesucher.
 - ✓ Verkaufsgespräche an der Messe.
 - ✓ Erfolgreiche Einwandbehandlung, Abschlusstechniken.
 - ✓ „Ich komme später nochmals vorbei“ - was tun?
 - ✓ Adressbeschaffung zur Nachbearbeitung.



Ziel:

Die TeilnehmerInnen erkennen und trainieren alle wichtigen Aspekte dieser speziellen Verkaufsaufgabe

Die Arbeit auf einer Messe erfordert besonders viel Eigenmotivation. Aktives und professionelles Verhalten am Stand sichert die hohen Investitionen des Unternehmens und vermittelt den Mitarbeitenden die notwendige Freude und Spannkraft während der Messe.

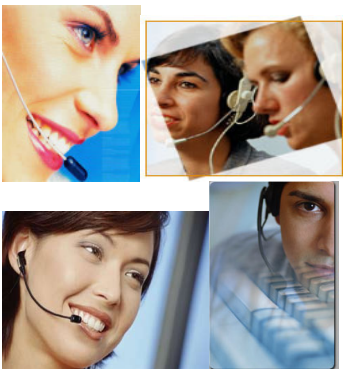
Bestehende Verkaufserfahrungen werden aufgefrischt und auf die besondere Situation umgesetzt.

Zufriedene Kunden - am Telefon

Zielgruppe: *MitarbeiterInnen die täglich mit Kunden in telefonischem Kontakt stehen und damit als „Stimme des Unternehmens“ das Image der Firma prägen.*

Themen:

- ✓ 3 Kompetenzen für erfolgreiches Wirken und Arbeiten mit Kunden
- ✓ Freundlich und natürlich – eine Frage der Einstellung
- ✓ Der gute Ton am Telefon
- ✓ Verkaufsorientiert agieren und reagieren im Gespräch
- ✓ Gesprächsführung und Verhandeln
- ✓ Reklamation als Chance
- ✓ Umgang mit „schwierigen“ Kunden und Situationen
- ✓ Ausbau und Vertiefung der persönlichen Ebene zum Kunden
- ✓ Zeit – ein wertvolles Gut
- ✓ Praxisfälle auf dem Prüfstand



Ziel:

Die TeilnehmerInnen trainieren, wie sie in der Praxis das Unternehmen in den Bereichen *Service und Kundennähe auf hohem Niveau* optimal repräsentieren können.

Verkaufsorientiertes Denken und Handeln sollen das Marketing unterstützen.

Das Training macht den TeilnehmerInnen die Bedeutung Ihrer Tätigkeit bewusst und motiviert sie, ihren Teil zum guten *Image des Unternehmens* mit Motivation beizutragen.