

Angebot

über

die Konzeption und Umsetzung
eines 2-tägigen
Sales- und Vertriebsworkshops

für die

XY GmbH

Inhalt

1. Ausgangssituation und Zielsetzung	3
2. Zielsetzung und Inhalte	4
3. Gestaltung von Trainings und Workshops	5

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Der Kunde ist eine im Jahre 2002 gegründete, international tätige und inhabergeführte Personalberatung, spezialisiert auf die Suche und Auswahl von Führungskräften in allen wichtigen Marktsegmenten. Mit Standorten in Düsseldorf, München und Zug (Schweiz) zählt sie zu den Top 15 der führenden Personalberatungen.

Seit fast zwanzig Jahren findet sie international und branchenübergreifend Top-Kandidaten für Führungsteams und Aufsichtsgremien sowie Top-Spezialisten für besonders anspruchsvolle fachliche Herausforderungen. Ihre Klienten sind Unternehmen aller Größen – vom börsennotierten Konzern über große mittelständische Unternehmen und Familienbetriebe bis hin zu öffentlichen Unternehmen, Verbänden und Non-Profit-Organisationen.

Das mit dem Workshop verfolgte Ziel ist die Entwicklung einer gemeinsamen Herangehensweise beim Kunden. Im Workshop soll ein gemeinsamer, kundenspezifischer akquisitorischer Ansatz erarbeitet werden. Der Kunde wünscht sich die Behandlung folgender Themen:

- Erstakquise
- Pitch-Situationen/Präsentationen
- Beauftragungen/Akquise-Gespräche souverän und mit einem konkreten Ziel der Zusammenarbeit abschließen

Es soll erreicht werden, dass die Beraterinnen und Berater mehr Freude an der akquisitorischen Aufgabenstellung gewinnen, das Thema des beraterischen Verkaufens in ihr Selbstverständnis aufnehmen und Hemmschwellen, den Kunden auch aktiv zu adressieren, reduzieren.

Hierbei können Einblicke in unterschiedliche Akquisitions-Techniken gegeben werden, Gesprächsverläufe geübt und gegenseitig Feedback gegeben werden. Wir wollen das Selbstverständnis schärfen und eine Hemmschwellen-Reduktion der akquisitorischen Arbeit herbeiführen. Es soll so praktisch erfahren und gelernt werden, Akquise-Gespräche erfolgsversprechend vor- und verbindlich nachzubereiten.

Gerne unterstützt die grow.up. Managementberatung den Kunden bei der Konzeption und Durchführung der geplanten Qualifizierungsmaßnahme.

Unsere Überlegungen beschreiben wir im vorliegenden Angebot und der dazugehörigen Anlage. Die Ausführung betrachten wir als Diskussionsgrundlage auf der Basis der vom Kunden beschriebenen Anforderungen. Die endgültige Festlegung der Inhalte erfolgt in einer Feinabstimmung mit dem Auftraggeber.

2. Zielsetzung und Inhalte

Der richtige Umgang mit Kunden ist der wesentliche Erfolgsfaktor im durch eine hohe persönliche Bindung gekennzeichneten Beratungsgeschäft.

Ganz besonders in der Akquisition von neuen Kunden und der Gewinnung von neuen Projekten bei bestehenden Kunden, bei Verhandlungen oder in schwierigen, durch Meinungsverschiedenheiten gekennzeichneten Situationen, entscheidet die persönliche Gesprächsführungskompetenz der Beraterinnen und Berater über Erfolg oder Nicht-Erfolg eines Abschlusses. Dabei spielen die individuellen Fähigkeiten der Kommunikation und Abschlussicherheit eine tragende Rolle.

Für diese täglichen Beratungs- und Akquisitionsleistungen bietet das nachfolgend aufgezeigte zweitägige Seminar praxisorientierte Unterstützung. Ziel ist es, die Verhaltenssicherheit und Flexibilität der Beraterinnen und Berater so zu fördern, dass sie den unterschiedlichen Anforderungen in der Akquisition mit hoher Kompetenz, Souveränität und Verhaltenssicherheit gerecht werden.

Neben der individuellen Weiterentwicklung der Beraterpersönlichkeit für die erfolgreiche Akquisition stehen die Vermittlung von Methoden und Werkzeugen, aber auch von Tipps und Vorgehensweisen, zum erfolgreichen Aufbau von Kundenbeziehungen im Vordergrund.

Zentrale Themen sind die erfolgreiche Gestaltung von Akquisitionssituationen, beratungsorientierter Verkauf und eine gesteigerte Abschlussicherheit. Die persönliche Rhetorik, gezielte Argumentation richtig einzusetzen, sowie Kontraktierung und Auftragsklärung als wichtige Faktoren einer erfolgreichen Zusammenarbeit zu nutzen, sind weitere Seminarschwerpunkte.

Schwerpunkte der Qualifizierung sind:

- Berater-Persönlichkeit und Akquisiteurs-Rolle
- Von der Anfrage über das Angebot bis zum Auftrag
- Auftreten und Wirken: Die Kraft der inneren Überzeugung
- Basis verkaufsorientierter Gesprächsführung
- Umgang mit schwierigen Ansprechpartnern
- Einwände gezielt behandeln
- Abschlusstechniken und Pricing
- Umsetzung in den Alltag vorbereiten

Workshopdauer: 2 Tage

Eine ausführliche Beschreibung der Inhalte der Qualifizierung haben wir in der Anlage zu diesem Angebot aufgenommen.

3. Gestaltung von Trainings und Workshops

Bei der Durchführung von Seminaren und Workshops stehen für uns vor allem folgende Kriterien im Vordergrund:

- Schaffen einer vertrauensvollen und offenen Kommunikation.
- Über die Auswahl und Kombinationen von Methoden und Instrumenten den Teilnehmern einen maximalen Lerngewinn, das Sammeln wichtiger neuer Erfahrungen und eine intensive Selbstreflexion zu bieten.
- Den Teilnehmern fundiertes, im Alltag tatsächlich anwendbares Wissen und hilfreiche Modelle zu vermitteln.
- Kontinuierlicher Praxis- und Unternehmensbezug bei der Vermittlung des notwendigen theoretischen Hintergrundes.
- Wir wollen mit unseren Trainings erreichen, dass das Wissen der Teilnehmer erweitert wird und ihnen mehr Möglichkeiten für die Wahl von Vorgehensweisen in unterschiedlichen Situationen zur Verfügung stehen.
- Wir binden die Teilnehmer aktiv in die Entwicklung von Alternativen und internen Regeln für die eingebrachten Ausgangsprobleme ein.
- Wir arbeiten unter anderem mit der Moderations-Methode. Neben kurzen Vorträgen liegt in den Seminaren der Schwerpunkt auf Kleingruppenarbeit und Übungsphasen. Bei Gesprächsübungen arbeiten wir dort, wo es sinn-

voll ist, mit Video-Feedback. Wir wählen unsere Vorgehensweise und Methoden so, dass die Teilnehmer kontinuierlich aktive Mitgestalter sind.

- Neben Seminarunterlagen wird auf Wunsch für wichtige Arbeitsergebnisse aus Workshops ein nachträglich ausgehändigtes Protokoll erstellt.

Anlage zum Angebot

Beschreibung der Inhalte Sales- und Vertriebsworkshop

Inhalt

Berater-Persönlichkeit und Akquisiteurs-Rolle.....	3
Von der Anfrage über das Angebot bis zum Auftrag.....	4
Auftreten und Wirken: Die Kraft der inneren Überzeugung	4
Basis verkaufsorientierter Gesprächsführung	4
Umgang mit schwierigen Ansprechpartnern.....	5
Einwände gezielt behandeln	5
Abschlusstechniken und Pricing.....	5
Umsetzung in den Alltag vorbereiten	6
Zeitplan des ersten Workshoptages	6
Zeitplan des zweiten Workshoptages	6

Der Workshop vermittelt allen Teilnehmern ein erweitertes Verständnis für die Themen Akquise, Verkaufen und aktive Gestaltung der Geschäftsentwicklung. Ziel ist es, ein Grundverständnis für den erfolgreichen vertrieblichen Prozess zu bekommen und die Verhaltenssicherheit und Flexibilität der Teilnehmer so zu fördern, dass sie den unterschiedlichen Anforderungen im Kundenkontakt mit hoher Kompetenz und Souveränität gerecht werden. Der Workshop soll den Spaß an der vertrieblichen Arbeit wecken und vermitteln sowie erreichen, dass die Teilnehmer ihre Bedenken – wo ggf. vorhanden – verlieren und sich zukünftig aktiver diesen Aufgaben widmen. Für die täglichen Beratungs- und Akquisitionsleistungen soll der Workshop praxisorientierte Unterstützung bieten.

Neben der individuellen Weiterentwicklung der „Verkäuferpersönlichkeit“ stehen die Vermittlung von Methoden und Werkzeugen für einen erfolgreichen Verhandlungs-, Angebots-, Gesprächs- und Vertriebsprozess im Vordergrund. Ergänzt wird dies durch viele Tipps und Vorgehensweisen zum erfolgreichen Aufbau und Erhalt von Kundenbeziehungen. Wir stellen Modelle, Muster und Checklisten zur Verfügung, die den Teilnehmern die Umsetzung in den eigenen Alltag erleichtern. Dabei wird der Workshop durch viele Übungsphasen ergänzt, in denen wir die erarbeiteten Vorgehensweisen direkt ausprobieren und in simulierten Kundengesprächen üben. Auf Wunsch arbeiten wir gerne auch mit Video-Feedback.

Workshopinhalte:

Berater-Persönlichkeit und Akquisiteurs-Rolle

- Was wissen Sie über sich in der vertrieblichen Rolle?
- Der Blick von außen: Anforderungen und Erwartungen an mich
- Von der Beratung zur Akquisition: Rolle, Anforderung und Aufgabe
- Erfolg beginnt im Kopf: Der richtige Mind-Set
- Unsere vertrieblichen Prozesse: heute und morgen
- Die beraterische Erfolgsformel: 60-15-3-1
- Was macht uns erfolgreich? – Persönliche Passung und Kompetenzvermutung
- Ihr persönliches Handwerkszeug: Methoden, Vorgehensweisen und die persönlichen Skills

Von der Anfrage über das Angebot bis zum Auftrag

- Potenzial aktiv nutzen: Kundenbedarf und Geschäftspotenziale systematisch identifizieren
 - Wie weit wir unser Geschäft bei Bestandskunden weiter aus?
 - Wo finde und wie erreiche ich die richtigen Entscheider?
 - Wie gehe ich auf sie zu?
 - Wie gehen wir bei der Neukundenansprache am erfolgreichsten vor?
- Vorbereitungs-Tool: Die Eckpunkte der Kundensituation
- Kundenbedarfe gezielt ermitteln
- Auf den Punkt gebracht – die Umsetzung der Bedarfe im Angebot
- Leistungsbeschreibung – verständlich und eingängig: Das KISS-Prinzip

Auftreten und Wirken: Die Kraft der inneren Überzeugung

- Unsere Anforderungen an ein wirkungsvolles Auftreten beim Kunden
- Innere Hürden überwinden
- Den ersten Eindruck gibt's nur einmal: Von Anfang an die richtigen Zeichen setzen
- Die eigene innere Überzeugung und ihre heimliche Wirkung auf unsere Ausdruckskraft
- Mehr Eindruck durch Ausdruck: Körpersprache, Gestik und Mimik als wesentliche Wirkfaktoren kennen und nutzen
- Elevator-Pitch: Wie stellen Sie sich in 30 Sekunden vor?

Basis verkaufsorientierter Gesprächsführung

- Der Nutzen von Smalltalk
- Wie stelle ich mein Unternehmen vor?
- Wer hat jetzt welche Rolle?
- Einstiegsstrategien und der Aufbau einer positiven Gesprächsatmosphäre
- Gesprächstechniken und -strategien in der Kundengewinnung und Akquisition
- Fragetechniken – wer fragt, verkauft
- Tool: Die Frageliste
- Wie bringe ich den Kunden zum Reden?
- Zuhören und Bedarfe richtig einschätzen: Erkennen und Erschließen vorhandener Akquisitionspotenziale in bestehenden und neuen Kundenbeziehungen
- Nutzen, nicht Beratung verkaufen

- Influence Skills: Kunden schnell für sich einnehmen
 - In Erinnerung bleiben: Gespräche positiv beenden
 - Umsetzung des Erstkontakts in weitere Folgekontakte anhand einer systematischen Gesprächsnachbereitung
 - Nutzung der erhaltenen Kundeninformationen für spätere Erstgespräche
- Übung:** Pitch-Situationen und Präsentationen bei Neu- und Folgekontakten erfolgreich führen.

Umgang mit schwierigen Ansprechpartnern

- „Was haben Sie denn so zu bieten?“
- Welches Ziel verfolgt mein Gesprächspartner – oder – worum geht es wirklich?
- Win-Win oder Win-Lose – Was soll das Ergebnis sein?
- Verhalten bei „unanständigen“ Anliegen des Kunden
- Verhandeln für Könner

Übung: Schwierige Kundengespräche führen.

Einwände gezielt behandeln

- Zielklärung: Was will ich eigentlich anbieten und verkaufen?
- Wie Sie Einwände von Vorwänden unterscheiden
- Hinter jedem Einwand steht ein unbefriedigter Bedarf
- Die eigenen Emotionen kontrollieren
- Persönliche Kränkungen vermeiden: Trennen von Sach- und Beziehungsebene
- Aufmerksamkeit lenken: Positive Rhetorik

Übung: Einwände aufnehmen und Bedarfe daraus ableiten.

Abschlusstechniken und Pricing

- Auf den Punkt gebracht: Was soll wirklich erreicht werden?
- Beauftragungen und Akquisegespräche souverän und mit einem konkreten Ziel der Zusammenarbeit abschließen: 3 Abschlusstechniken, die funktionieren
- Wann trifft der Kunde eine Kaufentscheidung?
- Mit Einfühlungs- und Durchsetzungsvermögen auf Widerstände eingehen
- Den Partner zur Entscheidung bringen
- Die Gage – Einfache Regeln für ein schwieriges Kapitel
- Vom guten Projekt zum neuen Kontrakt: Wie sichere ich das Nachfolgegeschäft?

Übung: Abschlussicherheit – just do it.

Umsetzung in den Alltag vorbereiten

- Welche Akquisitionsaufgaben und Herausforderungen stehen derzeit im Vordergrund?
- Erfahrungsaustausch und Diskussion von Handlungsstrategien für die persönliche Vertriebspraxis

Workshopdauer: 2 Tage

Zeitplan des ersten Workshoptages

09.30	Begrüßung der Workshopteilnehmer, Erwartungsklä rung
13.00 – 14.15	Mittagessen
17.00	Zusammenfassung durch den Workshopleiter und abschließende Diskussion
ca. 18.00	Ende des ersten Workshoptages

Zeitplan des zweiten Workshoptages

09.00	Begrüßung
13.00 – 14.15	Mittagessen
16.30	Zusammenfassung durch den Workshopleiter und abschließende Diskussion
ca. 17.00	Ende des zweiten Workshoptages