

KLAUS SCHEIN

Sales Performance Consulting

# SALES

Strategisch Verkaufen

## Strategisch Verkaufen

Key Account Manager müssen Entscheidungs-Prozesse kennen und sich als fairer Partner positionieren. Nur so sind die eigenen Interessen wirklich verhandelbar. Eine Aufgabe mit Fingerspitzengefühl!

### Ziele:

1. Mehr Umsatz - durch höhere Abschlussquoten bei potenziellen Kunden
2. Höhere Erträge - durch effizienten Einsatz der Team-Ressourcen
3. Stärkere Kundenbindung - durch Aufbau strategischer Netzwerke

### Zielgruppe:

#### **Vertriebsleiter, Key Account Manager und Account Manager**

Kundeninterne Entscheidungsprozesse bleiben all jenen weitestgehend verborgen, die keinen oder wenig Kontakt zu den Entscheidungsebenen haben und die immer wieder überrascht sind, wenn zugesicherte (oder sicher geglaubte) Aufträge verloren gehen. Der Workshop führt die Teilnehmer zu einer umfassenderen Sichtweise und präziseren Steuerung ihrer Verkaufsprozesse, von dem besseren Kontakt zu den Entscheidungsträgern, der besseren Kenntnis relevanter Entscheidungskriterien (aus erster Hand) und die Möglichkeit passgenauere Lösungen zu präsentieren. Dies alles verschafft ihnen einen größeren Wettbewerbsvorteil und größeren Marktchancen als qualitativ hochwertige Produkte über den Preis zu verkaufen.

## Trainings-Module

### **Modul 1: Aufbau strategischer Netzwerke**

#### 1.1 Das Entscheidergremium

- Der strategische Entscheider wacht über den Mehrwert der Investition
- Der kaufmännische Entscheider wacht über die Einhaltung des Budgets
- Der operative Entscheider wacht über die Funktionalität der Investition
- Die hierarchische Struktur und die Phasen einer Gremium-Entscheidung

## 1.2 Kontaktaufbau zum Entscheidergremium

- Identifikation der wirklichen Entscheider eines Projektes
- Effektive Wege zum Aufbau des Entscheidernetzwerkes
- Erkennen und Beseitigen von Blockaden

## **Modul 2: Projektanalyse & Kommunikation mit Entscheidungsträgern**

### 2.1 Projektanalyse

- Sichere IST-Analyse der Projekte (Chancen- und Potenzialanalyse)
- Analyse der positiven wie negativen Haltungen der Entscheider gegenüber Ihrer Lösung
- Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung Ihrer Position zum Erreichen der Ziele

### 2.2 Zielgruppenorientierte Argumentation auf Entscheiderebene

- Identifikation und Gewichtung der individuellen Entscheidungskriterien
- Passgenaue Problemlösungen präsentieren, die die Bedürfnisse aller Entscheidungsträger berücksichtigen
- WIN/WIN-Verhandlungen präzise vorbereiten, führen und gewinnen

## **Modul 3: Best-Practice-Strategien zur effizienten Projektgewinnung**

### 3.1 Steuerung der Verkaufsprozesse

- bei Key Accounts und Groß-Projekten
- bei mittleren Projekten
- bei kleinen Projekten
- Controlling-Instrumente zur Unterstützung der Verkaufsprozesse

### 3.2 Go-for-the-No

- Wie Sie sich auf die echten Chancen konzentrieren?
- Wie Sie Zeit gewinnen für die konsequente Betreuung potenzieller Kunden?
- Wie Sie sich aus Projekten mit geringen Chancen höflich verabschieden?

- Wie Sie Fehlinvestitionen der eigenen und Team-Ressourcen vermeiden?

## Methodik:

- Analyse typischer gewonnener, verloren gegangener sowie laufender Projekte
- Einzel- und Gruppenarbeit
- Coaching
- Maßnahmenplan zur Umsetzung der Best-Practice-Strategien auf die laufenden und zukünftigen Projekte
- Controlling durch Fragenkataloge sowie Einzel-Coaching durch persönliche Feedback-Gespräche

*Für weitere Informationen sowie für die Beantwortung Ihrer Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.*

## **KLAUS SCHEIN**

Sales Performance Consulting

**[www.klausschein.de](http://www.klausschein.de)**

Klaus Schein ist Unternehmensberater, Trainer und Coach im Bereich Marketing und Vertrieb mit den Schwerpunkten: Strategische Vertriebssteuerung, Entwicklung von Verkaufsstrategien, Key Account Management und strategisches Verkaufen auf der Management-Ebene. Er hat Best-Practice-Verkaufsstrategien in seiner 12-jährigen Marketing- und Vertriebserfahrung bei internationalen Unternehmen wie HP, GE, Westinghouse und Rockwell-Automation kennen gelernt und entwickelt seit 14 Jahren passgenaue Strategien für den Mittelstand und für Konzerne mit dem Ziel, die Vertriebsperformance des gesamten Teams kontinuierlich zu verbessern.