

KLAUS SCHEIN

Sales Performance Consulting

# COACH

Innendienstmitarbeiter

B2B-Vertrieb

## Coaching Innendienstmitarbeiter im B2B-Vertrieb

Die derzeit schlechte wirtschaftliche Lage bietet die große Chance, die eigenen Marktanteile zu erhöhen und profitabel - gegen den Trend - zu wachsen. Die Grenzen des Wachstums bestimmt die Manpower im Vertrieb, die derzeit geringer werdenden Projektchancen zu bearbeiten und zu gewinnen! Hier hat eine mangelnde Innendienstunterstützung für den Außendienst besonders fatale Auswirkung. Wer in diesen Zeiten nicht auch die weniger chancenreichen Projekte verfolgen kann, verliert wertvolle Marktanteile.

### Zielsetzung

Das Coaching der Innendienstmitarbeiter hat zum Ziel, den Innendienst aktiver in die Verkaufsprozesse einzubinden und die Mitarbeiter zu befähigen, den Außendienst viel intensiver als bisher zu unterstützen, sowohl in den Teilprozessen wie:

- Neukundenakquise
- Potenzialanalyse
- Identifizierung der Entscheiderstrukturen
- Angebotsverfolgung
- Abschlussverhandlungen am Telefon führen

als auch im gesamten Verkaufsprozesses, um in Eigeninitiative oder im Team neue Projekte zu finden und zum sicheren Abschluss zu führen, vom

- Teamselling über den
- Tandemverkauf mit dem Außendienst, bis hin zum
- selbstständigen Betreuen vereinbarter C- und B-Kunden

Somit verfügt der Außendienst über mehr Zeit für die wesentlichen Dinge im B2B-Vertriebsprozess: sich auf neue Potenziale im Markt zu konzentrieren, um passgenauere Lösungen zu entwickeln, um Kunden besser zu überzeugen und höhere Ziele zu erreichen.

Der Innendienst erhält über die neue Verantwortung und neue Expertise eine hohe Motivation, diese neue Aufgabe zu erfüllen.

## Der Nutzen

1. Steigerung der Effizienz des Außendienstes, weil er durch einen besseren Support mehr Zeit im persönlichen Gespräch mit qualifizierten Kunden hat.
2. Ausschöpfung des Kompetenzpotenzials der Innendienstmitarbeiter
3. Verbesserung der Effektivität im Vertrieb, durch wirkungsvolle Teamarbeit
4. Steigerung der Motivation jener Innendienstmitarbeiter, die am Coaching teilnehmen wollen.

In diesen Coaching werden alle Schlüssel-Kompetenzen vermittelt, die im B2B-Vertrieb zum Erfolg führen und sich im Außendienst bewährt haben:

- Kenntnisse über den Kaufprozess eines Unternehmens – um zur richtigen Zeit mit den richtigen Ansprechpartnern zu reden und zu verhandeln
- Kenntnisse über die Anforderungen und Wünsche des Kunden – um eine auf den individuellen Bedarf des Kunden passgenaue Lösung anbieten zu können
- Rhetorische Fähigkeiten, den Nutzen einer Lösung überzeugend zu vermitteln, um bei den Abschlussverhandlungen nicht nur über den Preis zu verkaufen.

## Inhalte

### 1. Grundlagen den aktiven Verkaufens am Telefon

- Fragetechniken zur umfassenden Bedarfsanalyse – als Basis für ein passgenaues Angebot
- Argumentationstechniken um Kunden zu überzeugen – nicht nur über den Preis sondern mit einer Nutzen-Argumentation
- Einwandbehandlung: Einwände des Kunden offen aufnehmen und nutzenorientiert entgegen
- Abschlusstechniken, die sie Chance zum Abschluss vergrößern, ohne die Glaubwürdigkeit auf Spiel zu setzen.

#### *Coachingziele:*

Kommunikationstechniken kennen zu lernen und einzusetzen, um mit Kunden ein sowohl partnerschaftliches als auch zielorientiertes Gespräch zu führen.

## 2. Kundenorientierung als Basis für eine langfristige Partnerschaft

- Welche Erwartungen hat der potenzielle Kunde an die Problemlösung und an das Unternehmen?
- Wie können wir die individuellen Kundenbedürfnisse und Kundenanforderungen ermitteln?
- Können wir mit unserer Problemlösung den Kunden zufrieden stellen?
- Welchen Zusatznutzen kann ich dem Kunden bieten?
- Wie können wir den Kunden besser als bisher an das Unternehmen binden?

### *Coachingziele:*

Stärkung des Problembewusstseins, dass sich langfristige Partnerschaften und damit steigende Umsätze vor allem durch eine hohe Kundenzufriedenheit erreicht werden können.

## 3. Grundlagen der Verkaufsstrategie im Business-to-Business

Der Entscheidungsprozess des Kunden

- Warum ist es so wichtig, mit den Entscheidern und nicht nur mit Beeinflussern zu sprechen?
- Wie kann ich die kaufmännischen und technischen Entscheider eines Projektes identifizieren?
- Wie steuere ich die Verkaufsprozesse?
- Wie kann ich mich gegenüber Wettbewerbern positionieren?
- Wie koordiniere ich meinen Verkaufsprozess mit dem Entscheidungsprozess des Kunden?

### *Coachingziele*

Strategische Kompetenzen zu vermitteln und zu trainieren, um potenzielle Verkaufsprozesse zu identifizieren und voranzubringen sowie zum sicheren Abschluss zu führen.

## 4. Kundenorientierte und abschlussorientierte Gesprächsführung

Vorbereitung und Durchführung der wichtigsten Kundengespräche im Verkaufsprozess

- Die Neukundenakquise

- Die Bedarfsanalyse
- Die Identifizierung der Entscheiderstrukturen
- Die Präsentation des Angebotes am Telefon
- Die Angebotsverfolgung
- Die Abschlussverhandlung

### *Coachingziele:*

Die eigenen Stärken (vorhandene Potenziale) für den aktiven Telefonverkauf wahrnehmen und Methoden kennen lernen, diese weiter auszubauen und richtig einzusetzen.

## **5. Professionelles Innendienstmanagement**

- Die neue Rolle der Innendienst-Mitarbeiter als aktiver Support des Außendienstes und als gleichrangiger Baustein in der Kundenbetreuung
- Prioritäten- und Zeitmanagement
- Terminverfolgung
- Effizienzsteigerung durch erfolgreiche Teamarbeit

### *Coachingziele:*

Grundlagen für ein unterstützendes und motivierendes Zusammenspiel des gesamten Teams „Innendienst und Außendienst“ sowie für die Verantwortung zum selbstständigen Führen von Verkaufsprozessen.

## **6. Der Veränderungsprozess**

- Das Coaching als Begleitung für den Veränderungsprozess
- Derzeitige Hürden und Engpässe wahrnehmen und Schritt für Schritt ausbessern und nachhaltig verhindern
- Ziele gemeinsam entwickeln und vereinbaren

### *Coachingziele:*

Den Nutzen der Veränderung für das Unternehmen, für das Team und für sich selbst erkennen und den Veränderungsprozess aktiv mitzugestalten und zu unterstützen

*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 Vertriebs Erfahrung 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.