



PERFACT

Geschäftschancen
Personalentwicklung
Nachhaltigkeit

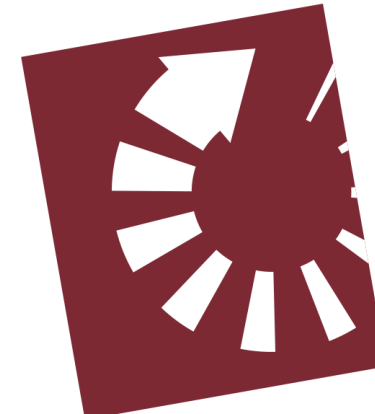
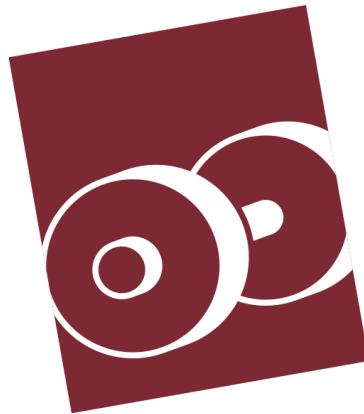
OFFENES SEMINAR-PROGRAMM VERKAUFSTRAINING

für den gesamten Selling-Cycle

Offen

Aktuell 05.03.2024

Verkaufskommunikation steigern: „Trainieren wie im Sport“



Anspruchsvoll.

Übungen sind fordernd gestaltet, mit der leichten Hantel wächst der Muskel nicht.

Messbar.

Wer 100m sprintet und die Zeit nicht misst ... kommt sich meist sehr schnell vor, weiß es aber nicht.

Wir machen transparent, wo wir stehen und wohin wir uns entwickeln wollen und welche Fortschritte wir machen.

Wiederholend.

Wer 1x Sport macht wird nicht fitter. Erst die Wiederholung bringt Kraft, Ausdauer und die sichere Routine.

Kompakt-Lehrgang für Verkaufskräfte

MODULARES SEMINAR PROGRAMM – Verkauf/ Selling Cycle



3 Module für gesteigerte Fähigkeiten in der Führung. Offenes Seminar für Menschen im Verkauf, das alle wesentlichen Qualifizierungen zur Steigerung der Verkaufsleistung abdeckt. Teilnehmende trainieren u. a. Terminvereinbarungen, Verkaufsgespräche, wirksame Abschlüsse und Maßnahmen zur Neukundenempfehlung.

Zielgruppe: Verkaufskräfte vom Entree- bis Expert-Level

Teilnehmerzahl: Maximal 9 Personen

Dauer: 10 Seminartage (aufgeteilt auf 3 Monate)

Veranstaltungsort: PERFACT CONSULTING GmbH, 1010 Wien

Seminarbeginn: 5. März 2024

Kosten: € 5.800,- pro Teilnehmende (gesamter Lehrgang)

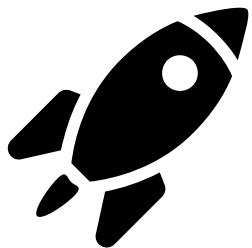
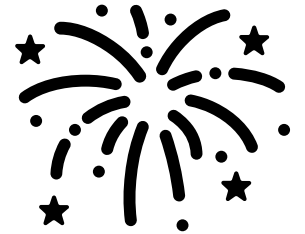
Einzelpreis/Modul: € 790,-

Preisvorteile iHv 15% für:

Studierende, Erziehungsberechtigte mit Kindern bis 6 Jahre

Workbooks zum Training sind in Englisch verfügbar.

Trainingsmodule für den gesamten Selling Cycle



Trainingsmodule Verkauf 1/3

	Akquisition planen	Akquise: Termine vereinbaren mit Neukunden	Ansprache: Termine vereinbaren mit Bestandskunden
Inhalt	Wie ich meine Kunden gemäss Potenzial und Erfolgchance (Stw.: KPIs) so auswähle, dass ich leere und frustrierende Kontaktaufnahmen vermeide und meine Abschlusswahrscheinlichkeit erhöhe.	Wie ich Anspracheversionen für unterschiedliche Anlässe / Situationen entwickle, um kundenseitige Vor- und Einwände beim Erstkontakt entkräften zu können.	Wie ich meinen Bestandskunden in der Ansprache einen klaren Nutzen kommunizieren, effizient terminieren und die Anzahl der Ablehnungen reduzieren kann.
Benefits	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vermeidung genereller Ineffizienzen ✓ Bewusster Einsatz von Ressourcen ✓ Systematischer Kundenstockaufbau ✓ Proaktives Vertriebsmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verbesserung der Termin- und Abschlussquote bei der Kaltakquise ✓ Positive Haltung der Verkäufer gegenüber Kaltakquise 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verkäufer sind für die gezielte Ansprache ihrer Bestandskunden inhaltlich vorbereitet ✓ Verkäufer lernen, ihren Bestand aktiv zu managen
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Recherchestrategie entwickeln • Auswahlkriterien festlegen • Anspracheaufhänger für Zielgruppen entwickeln • Nutzung der internen Systeme, um Kunden zu filtern 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der eigenen Positionierung für das persönliche Intro: "Wer bin ich? Was ist mein Anliegen?" • Entwickeln von Anspracheaufhängern für verschiedene Verkaufsziele • Adaptierung der Ansprache für verschiedene ausgewählte Kanäle • Effektiver Dialog zur Terminvereinbarung 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwickeln von Anspracheaufhängern für verschiedene Verkaufsziele/Produkte/Leistungen/Themen • Verbindliche Terminvereinbarung für das jeweilige Format • Nutzung der Ansprache auf verschiedenen Kanälen, insbesondere digitalen Netzwerken
Methoden	Praktische Impulse, Methoden-Input, Fallbearbeitung, standardisierte und individuelle Rollenübungen; Maßnahmen/Actionplan	Praktische Impulse, Methoden-Input Fallbearbeitung, standardisierte und individuelle Rollenübungen Je nach Format: Live-Ansprache von Kunden Maßnahmen/Actionplan	Praktische Impulse, Methoden-Input Fallbearbeitung, standardisierte und individuelle Rollenübungen Je nach Format: Live-Ansprache von Kunden Maßnahmen/Actionplan
TN-Anzahl	6 - 9	6 - 9	6 - 9
Dauer	1 Tag	1 Tag	1 Tag
Aktuelle Termine	03. – 05. 09.2024	03. – 05. 09.2024	03. – 05. 09.2024

Trainingsmodule Verkauf 2/3

	Verkaufsgespräch starten	Ziele und Bedarf analysieren	Angebot präsentieren und argumentieren
Inhalt	Wie ich mich auf meinen Termin vorbereite, eine klare Agenda, einen „roten Faden“ festlege, kundenseitige Erwartungen kläre und eine Win-Win Situation erzeuge. (Stw.: aktive Gesprächsführung)	Wie ich wirksame Fragen stelle und gerade so viele, dass ich sicher die wichtigsten Ziele kenne und die erwarteten Auswirkungen. So kläre ich Entscheidungskriterien und vermeide spätere Überraschungen.	Wie ich meinem Kunden aufzeige, wie er mit Hilfe unserer Produkte / Leistungen seine Ziele schneller und leichter erreichen kann; durch fragenorientierte Argumentation lerne ich Gegenpositionen zu vermeiden.
Benefits	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Termine verlaufen zielorientierter und effizienter ✓ Es wird die Basis für einen erfolgreichen Abschluss geschaffen 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mit Klarheit über den Bedarf kann das Angebot sorgfältig ausgerichtet werden ✓ Über Kenntnis der Ziele des Kunden können sehr gut Vorschläge gemacht werden, die zu einem nicht genannten Bedarf passen. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kunden fühlen sich gut beraten und entwickeln Vertrauen ✓ Verkäufer erlangen mehr Souveränität in der Argumentation, weil sie nicht mehr "dagegen" sprechen.
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Die eigene Positionierung entwickeln und sauber im Gespräch platzieren • Eine Agenda setzen und somit Verbindlichkeit für Zeit und Themen erzielen • Gezielt die Erwartungen des Kunden steigern und sorgfältig die Erwartungen nachfragen • Die Leistung vereinbaren und eventuelle Vorwegnahmen zu Feedback, Preisen oder Empfehlung machen 	<ul style="list-style-type: none"> • Ziele- und Bedarfsfragen, die ergebnisoffen ein vollständiges Bild erzeugen • SPIN-Fragetechnik, um Ziele und kritische Themen auf den Tisch zu bringen. • Hinterfragen und Priorisieren, um die Bedeutung von Zielen zu kennen • Auswirkungsfragen stellen, um die Hinzu- und Weg-von-Motive zu definieren • Teaser für Lösungsansätze bringen 	<ul style="list-style-type: none"> • Zu den besten Argumenten intelligente Fragen entwickeln, die beim Kunden Erkenntnisse bewirken • Widersprechen, ohne eine Gegenposition zu entwickeln • Fragearten und ihre jeweilige Wirkung verstehen und anwenden können
Methoden	Praktische Impulse, Methoden-Input Fallbearbeitung, standardisierte und individuelle Rollenübungen, Elevator-Pitch Maßnahmen/Actionplan	Praktische Impulse, Methoden-Input Fallbearbeitung, standardisierte und individuelle Rollenübungen Maßnahmen/Actionplan	Praktische Impulse, Methoden-Input Fallbearbeitung, standardisierte und individuelle Rollenübungen Maßnahmen/Actionplan
TN-Anzahl	6 – 9 Teilnehmende	6 – 9 Teilnehmende	6 – 9 Teilnehmende
Dauer	1 Tag	1 Tag	1 Tag
Aktuelle Termine	14. - 16.10.2024	14. - 16.10.2024	14. - 16.10.2024

Trainingsmodule Verkauf 3/3

	Kundenzufriedenheit durch Up-Selling	Kundenzufriedenheit durch Cross-Selling	Erfolgreich verhandeln und abschliessen	Neukunden durch Empfehlung gewinnen
Inhalt	Wie ich basierend auf den Selektionskriterien meines Kunden die Benefits unserer höherwertigen Produkte / Leistungen aufzeige und ihn so noch zufriedener mache.	Wie ich im Verkauf durch aktives Cross-Selling die passenden, ergänzenden Produkte / Leistungen nutzenorientiert präsentiere und so mein Ergebnis verbessere.	Wie ich unsere Marke und Produkte / Leistungen mit Überzeugung systematisch präsentiere und so einen erfolgreichen Abschluss initiiere.	Wie ich aktiv und charmant nach namentlichen Empfehlungen frage. Ich vermeide, die Empfehlungsbereitschaft brach liegen zu lassen.
Benefits	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Die Up-Selling-Rate (Marge/ Mehrwert/ Umsatz) steigt ✓ Up-Selling statt Rabatt verbessert das Ergebnis ✓ Die Kundenzufriedenheit steigt 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Die Cross-Selling-Rate (Mehrwert/ Absatz/Umsatz) steigt ✓ Cross-Selling statt Rabatt verbessert das Ergebnis ✓ Die Kundenzufriedenheit steigt 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Die Verhandlungszugeständnisse gegenüber dem Kunden sinken ✓ Die Abschlussquote steigt ✓ Die Verkäufermotivation steigt 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Die bewusste Kundenzufriedenheit steigt ✓ Die Verkäuferambition, sehr gute Leistung zu erbringen, steigt ✓ Die Neukundenquote über Empfehlungen wird gesteigert
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Verstehen, wann Up-Selling am besten initiiert wird • Up-Selling Intro's wirksam formulieren können. • Die Kraft von Bildern und Stories nutzen • Fragenorientierte Beratung in der Upselling-Phase 	<ul style="list-style-type: none"> • Cross-Selling als Kunden-Service verstehen; Warum und wann Cross-Selling am besten initiiert wird • Up-Selling Intros wirksam formulieren können • Die Kraft der Bilder und Stories nutzen • Fragenorientierte Beratung in der Upselling-Phase • Up- und Cross-Selling Kombination 	<ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungsführung nach dem 5-Schritte-Modell • Sensibilisierung auf Abschluss-Signale • Fragen und Aussagen, um Abschlüsse einzuleiten • Formulierungen und Dialog für verbindliches Verbleiben, wenn nicht (gleich) gekauft wird 	<ul style="list-style-type: none"> • Eine positive, wirksame Haltung zur Empfehlungsansprache entwickeln. • Die Empfehlung als Ausdruck, als Merkmal und Indikator der Zufriedenheit vereinbaren • Die Zufriedenheit wertschätzend kritisch hinterfragen • Aktiv nach namentlichen Empfehlungen fragen • Charmanter Exit, wenn Empfehlungen nicht zustande kommen oder abgelehnt werden
Methoden	Praktische Impulse, Methoden-Input Fallbearbeitung, standardisierte und individuelle Rollenübungen Maßnahmen/Actionplan	Praktische Impulse, Methoden-Input Fallbearbeitung, Standardisierte und individuelle Rollenübungen Maßnahmen/Actionplan	Praktische Impulse, Methoden-Input Fallbearbeitung, Standardisierte und individuelle Rollenübungen Maßnahmen/Actionplan	Praktische Impulse, Methoden-Input Fallbearbeitung, Standardisierte und individuelle Rollenübungen Maßnahmen/Actionplan
TN-Anzahl	6 – 9 Teilnehmende	6 – 9 Teilnehmende	6 – 9 Teilnehmende	6 – 9 Teilnehmende
Dauer	1 Tag	1 Tag	1 Tag	2x 1 Tag
Aktuelle Termine	04. – 07. 11.2024	04. – 07. 11.2024	04. – 07. 11.2024	04. – 07. 11.2024

ANMELDUNG

Wozu warten? Steigern Sie Ihre Verkaufsleistung gleich beim nächstmöglichen Termin! Jetzt buchen, Teilnehmerzahl ist begrenzt*

Anfrage senden

* Weitere Termine sind auf Anfrage verfügbar bzw. werden regelmäßig durch uns veröffentlicht. Für Teams ab 3 Teilnehmenden bieten wir auch die individuelle Konzeption von Verkaufs-Trainingsprozessen auf Anfrage an.

office@perfactconsulting.com

+43 1 7996514

Wirksam führen und besser verkaufen.

PERFACT CONSULTING ist seit 1992 kompetenter Partner anspruchsvoller Unternehmen in der Personalentwicklung für Führung und Verkauf. Mit messbarer Wirksamkeit und KÖNNEN-MACHEN-Garantie entwickeln wir die Sales-Performance unserer Kunden und erreichen deren ehrgeizige Ziele.

PERFACT kurz vorgestellt

PER FACT



NACHHALTIGKEIT ESG-Chancen nutzen

Jetzt Potenziale analysieren,
Strategien definieren und die
Organisation entwickeln.

Gemeinsam **setzen wir um.**



PERSONALENTWICKLUNG Leadership und Sales

Jetzt wird Nachhaltigkeit zum
Führungsthema; und sie ist ein
Chancen-Motor im Verkaufen.

Gemeinsam **trainieren wir sie.**



GESCHÄFTSCHANCEN Produktivität im Fokus

Mit geschärftem Blick jetzt die
Produktivität steigern, Chancen
nutzen und Risiken vermeiden.

Gemeinsam **entdecken wir sie.**



PERFACT

Geschäftschancen
Personalentwicklung
Nachhaltigkeit

AT

PERFACT CONSULTING GmbH

Universitätsring 10
1010 Wien

FL

PERFACT CONSULTING (Liechtenstein) GmbH

Industriestrasse 56
9491 Ruggell

DE

PERFACT RESULTS Holding GmbH

Laufamholzstraße 171
90482 Nürnberg

Christoph Stieg

+43 699 1091 1091

christoph.stieg@perfactconsulting.com

E office@perfactconsulting.com

W www.perfactconsulting.com



respact
austrian business council
for sustainable development

