

Strategisches Verkaufen

Der Prozess

Im Mittelpunkt steht eine strategische Analyse der Verkaufssituation, die erfolgreichen Verkaufsgesprächen vorangeht. Es wird ein Prozess vorgestellt, der es Verkäufern ermöglicht:

- Verkaufen als systematischen Prozess zu begreifen und entsprechende Strategien abzuleiten
- herauszufinden, was sie zur Kundensituation wissen, was sie nicht wissen und was sie wissen müssen, bevor sie ein Verkaufsgespräch durchführen
- entscheidende Kaufbeeinflusser zu erreichen und deren Interessenlage zu bewerten
- Ergebnisse zu ermitteln, die zum Verkauf und zu dauerhaften WIN-WIN-Beziehungen führen
- komplexe Verkaufsprozesse mit verschiedenen Entscheidungswirkenden zu managen
- Verkaufs- und Entscheidungszyklen zu verkürzen
- zeitraubende Fehlstarts und unnötige „Sackgassen“ beim Kunden zu vermeiden
- „Einmal“- und Kurzfrist-Kunden zu langfristigen Kunden zu entwickeln
- konkrete Strategien und Vorgehensweisen für die Erreichung ihrer Ziele zu entwickeln, incl. der notwendigen Maßnahmenpläne mit Zeitangaben und realistischen Ergebnisprognosen
- einen „Coach“ als Partner beim Kunden zu ermitteln, der sie durch den gesamten Verkaufsprozess führt und unterstützt

Was lernen Sie?

Als Teilnehmer können Sie urheberrechtlich geschützte Verkaufstechniken und -werkzeuge nutzen, deren Anwendungsnutzen und Wirkung immer wieder schnell greifbar werden, z.B.:

- Der Verkaufstrichter zur Kontaktverfolgung und zur Planung der eigenen Verkaufsaktivitäten
- Das „Ideal-Kunden-Profil“ als Basis für langfristig erfolgreiche „WIN-WIN-Situationen“ mit Kunden
- Die vier bei jeder komplexen Entscheidung vorhandenen Kaufbeeinflusser erkennen und bearbeiten können
- Die „Gewinn- und Resultatsaussagen“ zur Ermittlung des persönlichen Gewinns eines jeden Kaufbeeinflussers als Basis für langfristige Geschäftsbeziehungen
- Die Blue-Sheet-Analyse liefert eine strukturierte Verkaufsanalyse, die neben konkreten Einzelverkaufszielen auch die Vorgehensweisen inkl. einer Mittel- und Maßnahmenplanung festlegt.

An wen richten sich die Veranstaltungen?

- Geschäftsführungsmitglieder und Unternehmer, die für nationale Kundenbetreuung zuständig sind
- Regionalvertriebsmanager
- Vertriebs- und Marketingmanager
- Führungskräfte in der Kundenbetreuung
- Vertriebsleiter und -mitarbeiter
- Strategische Kundenmanager/(Key) Account Manager
- Funktionsübergreifende und strategische Kundenbetreuungsteams
- Techniker im Vertrieb und Kundendienstmitarbeiter

„Das betriebliche Verkaufsmodell des Strategischen Verkaufens® hat dazu beigetragen, dass wir ein Wachstum von 40% über die geplanten Erwartungen hinaus während fünf aufeinanderfolgenden Jahren hatten.“

(Chief Executive Officer, Rockwell International Corporation)as

Verkaufsstrategien für die Praxis

Die Teilnehmer arbeiten an eigenen Kundenbeispielen - und nicht an theoretischen Fallstudien. Sie erhalten detaillierte und konkrete Maßnahmenpläne mit folgenden Details:

- Entscheidende Veränderungen im eigenen Verkaufsumfeld ermitteln und Konsequenzen ableiten
- Kaufbeeinflusser, deren Rollen und Bedeutung beim Entscheidungsprozess und deren Interessenlage ermitteln
- Die Wichtigkeit des wirklichen „Kaufentscheiders“ erkennen
- Die persönlichen Gewinnpositionen eines jeden Kaufbeeinflussers im Verkaufsprozess bestimmen
- Voraussetzungen für WIN-WIN-Beziehungen schaffen
- Wettbewerber und Konkurrenten einschätzen und Gefahren erkennen
- Sich und die Verkaufsprozesse bei verschiedenen Kunden mit dem „Verkaufstrichter“ steuern und die eigene Verkaufsproduktivität erhöhen
- Einen konkreten Maßnahmenplan für einen erfolgreichen Verkaufsabschluss und Auftrag entwickeln (Blue Sheet)

Der Nutzen des Strategischen Verkaufens nach Miller Heiman

Der Verkaufsprozess des Strategischen Verkaufens liefert klare Orientierungs- und Handlungspunkte. Der Verkäufer erhält konkrete Unterstützungen, um Maßnahmen auf der Basis von Strategien zu entwickeln und so bei komplexen Entscheidungs- und Verkaufsumfeldern schneller und wirkungsvoller zum Erfolg zu kommen.

Durch strukturiertes, prozessorientiertes Arbeiten und einer einheitlichen Sprachregelung gelingt es Verkaufsorganisationen in verschiedensten Branchen auf der ganzen Welt, derzeitige und zukünftige Kunden zu langfristigen Geschäftspartnern zu entwickeln.

Strategisches Verkaufen erfordert Konzentration, Engagement und Professionalität. Wie alle Angebote von Miller Heiman ist dieses Programm konsequent und anspruchsvoll – denn diese Eigenschaften braucht es, wenn man heute erfolgreich verkaufen will. Weitere Informationen zum Strategischen Verkaufen nach Miller Heiman erhalten Sie bei Miller Heiman Deutschland. Die Kontaktdaten finden Sie unten.