

Das **Außergewöhnliche** Verkaufsseminar

3 x 2 Tage Intensivschulung für effizienteres und sichereres Verkaufen

Ihre Firma profitiert sofort, wenn jeder Mitarbeiter, der mit Kunden zu tun hat, seine Fähigkeiten im Verkauf steigert. Ein Lieferant, der kompetent ist und als "sympathisch" eingestuft wird, wird mehr Stammkunden gewinnen.

Teil I: Kompetent zum Verkaufsabschluss!

Kundeneinwände führen oft zu längeren Diskussionen oder sogar einer Art "Tauziehen". Das kann Energie kosten. Und natürlich sinkt gleichzeitig die Sympathie auf der Seite des Kunden.

In diesem ersten Teil des Seminars erwerben Sie die nötigen Kenntnisse, um mit Einwänden zielführend und vertrauensbildend umzugehen.

■ Unter anderem wird der Umgang mit folgenden Szenarien geübt:

- keine Zeit, kein Geld, zu teuer
- kaufen bereits beim Mitbewerber
- Kunde muss noch jemanden fragen
- auf das Produkt oder die Dienstleistung bezogene Einwände
- momentan schlechte Situation usw.

■ Wie man ohne große Umwege zum Abschluss kommt:

Der Abschluss ist wohl der heikelste Punkt im Verkaufsgespräch! Manche mögen glauben, der eine kann das und der andere eben nicht. In diesem Teil des Seminars lernen Sie, Kunden nicht nur zu beraten, sondern den Vorgang auch wirklich "unter Dach und Fach" zu bringen.

Geübt wird, wie man den Abschluss macht, wenn Kunden

- sich nicht entscheiden können
- nicht wissen, was sie wollen
- es sich noch überlegen wollen
- NEIN sagen oder sich wieder melden wollen
- tausend und eine Ausrede verwenden

■ Dieses Seminar schafft die solide Basis für alle Mitarbeiter, die mit Verkauf zu tun haben.

Teil II: Interesse, Emotionen, Vertrauen

Umfragen bei Kunden haben ergeben, dass die Kaufentscheidung unerwartet stark von den Faktoren "Vertrauen" oder "Sympathie" gegenüber dem Verkäufer abhängig ist. Freundschaft oder Verbindungen zu starken Persönlichkeiten machen das Verkaufen sehr leicht. Aber wo beginnen? Wie steigert man die Sympathie und das Vertrauen? Dieser Teil des Seminars gibt die Antwort.

■ Emotionen

Verkäufern steht oft nur ein geringer Anteil des Kundenpotenzials zur Verfügung, da sie nur an diejenigen Kunden gerne verkaufen, die auf ihrer "Wellenlänge" liegen. Dieser Teil des Seminars hilft dem Verkäufer, sein Spektrum zu erweitern und zu lernen, wie man, ohne es dem Zufall zu überlassen, auch "anderen" Kunden etwas verkaufen kann.

Menschen nehmen Emotionen oder anderes Verhalten nur allzu leicht persönlich. Um verärgerte, zynische, aber auch streng konservative oder schweigsame Personen macht man gerne einen Bogen. Je mehr man menschliche Emotionen versteht, umso souveräner kann man mit Szenarien des Verkaufens umgehen. Dieses Thema "Emotionen" birgt erfahrungsgemäß großes Potenzial für erfolgreichen Verkauf. Daher wird es intensiv behandelt und geübt.

■ Interesse erzeugen

Kunden haben bestimmte Ideen und Absichten und sie haben Grundmotivationen, warum sie etwas Bestimmtes wollen. Versteht man diese Dinge in der Situation wirklich gut, bekommt man volle Aufmerksamkeit und Interesse von Seiten des Kunden. Dies macht es leichter, etwas zu verkaufen, und verringert die Anstrengung.

■ Abschluss

Nicht aufgeben, sondern bis zum (Ab-)Schluss durchziehen. Auch das will gelernt sein. Die meisten Abschlüsse gehen deshalb verloren, weil der Verkäufer selbst nicht mehr daran glaubt.

■ Kompetenz bis zum Ziel!

Teil III: Mit Managementwerkzeugen als Verkäufer erfolgreich!

Der Verkäufer bewegt sich zwischen den hohen Anforderungen des eigenen Unternehmens einerseits und den harten Forderungen anspruchsvoller Kunden andererseits. In dieser Rolle ist gute Organisation und souveräne Planung für den Verkauf unerlässlich.

■ **Treffsicherheit in der Kundenauswahl**

Im Vorfeld das zu bearbeitende Gebiet zu evaluieren und die passende Verkaufsstrategie zu finden, spart Kräfte und bringt Erfolgserlebnisse. Weniger Wettbewerber werden mit ihren "Ellenbogen" in die Quere kommen und der Fokus auf Preise wird gemindert. Ohne geeignete Strategie sind auch Key Accounts eher Zufallserscheinungen. Deshalb werden in diesem Teil Verkaufs- und Key Account-Strategien erarbeitet.

■ **Organisation und Motivation**

Hier wird behandelt, wie man Kraftreserven mobilisieren und Zeitfresser vermeiden kann. Der Verkäufer lernt, seinen Erfolg zu planen. Über die Organisation seiner Arbeit mit Kunden hinaus wird es auch darum gehen, mit den Schnittstellen im eigenen Unternehmen richtig umzugehen. Denn unzureichende Schnittstellen können das Verkäuferleben - den Spaß am Verkaufen - und den Erfolg deutlich einengen. Dass man selbst motiviert bleibt, hat mit passender Organisation zu tun.

■ **Gut organisiert zu sein bedeutet Lebensqualität und Erfolg im Verkauf!**

Das **Außergewöhnliche** Verkaufsseminar

Hotel Moserhof, Seeboden-Kärnten

Teil I: 9./10. September 2011, Referent: Ing. Fritz Spohn

Teil II: 7./8. Oktober 2011, Referent: Ing. Fritz Spohn

Teil III: 28./29. Oktober 2011, Referent: Dipl.-Ing. Roland Stahl

Teilnahmegebühr pro Teilnehmer:
Euro 2.900,-- zuzügl. gesetzl. MwSt.
IGO-Mitglieder: 10% Ermäßigung

Die Gebühr versteht sich für sechs Tage, inkl. Mittagessen, Pausengetränken und Seminarunterlagen.

Nach der 3. Veranstaltung sind Treffen der Teilnehmer zum Gedankenaustausch vorgesehen.

Anmeldung

sme simplicity management & effizienz, Mario Meisenberger, Schlagergasse 11/16, A-1090 Wien
Telefon: 01/890 39 54 55 - Fax: 01/890 39 54 20 - Email: info@smeworld.net - www.smeworld.net

Anmeldeformular für Fax an 01/890 39 54 20

Das Außergewöhnliche Verkaufsseminar

9./10.09.2011 - 7./8.10.2011 - 28./29.10.2011

Firma: _____

Teilnehmer: _____

Rechnungsanschrift: _____

Telefon: _____ Email: _____

Datum, Unterschrift: _____