



WORKSHOP – VERKAUFSGRUNDLAGEN JUNIOR SALES

WORKSHOP BESCHREIBUNG

Es wird immer schwieriger erfahrene und gute Verkäufer zu finden. So macht es teilweise Sinn, das Verkaufsteam durch Junior-Verkäufer zu ergänzen. Diese müssen aber in den Grundlagen des Verkaufens und der Verkaufsprozesse eingehend geschult werden, damit sie die vereinbarten Ziele auch erreichen können.

Dieser mehrtägige Workshop bringt Junior-Verkäufer dazu, selbständiger zu arbeiten und zu verstehen, welches die Methoden und Hilfsmittel sind, um erfolgreich zu verkaufen. Anhand von verschiedenen Gruppenarbeiten, Tonband- und Videoaufnahmen verbessern die Teilnehmer ihr Verhalten.

WER SOLLTE TEILNEHMEN ...

Junior-Verkäufer, Mitarbeiter welche von einer anderen Abteilung in den Verkauf wechseln wollen.

WORKSHOP ZIELE

- Verstehen des Verkaufsprozesses
- Grobinhalte der einzelnen Verkaufsphasen verstehen
- Fragetechniken kennen und richtig anwenden können
- Neukunden wirkungsvoll angehen
- Gespräche führen können
- Eigenständig neue Kunden akquirieren
- Gute Präsentationen abhalten können
- Den Kunden zum Kaufentscheid bewegen können
- Sich sicher im Verkauf fühlen
- Meinen Verkaufstrichter aufzubauen
- Zeitmanagement: Konzentration auf die richtigen/wichtigen Potenziale

WORKSHOP INHALT

- Verstehen ...
 - o der Verkaufsprozesse
 - o der Inhalte in den einzelnen Verkaufsphasen
 - o der Entscheidungswege beim Kunden
 - o welches die Kaufentscheidungen beim Kunden sind
 - o wie gute Präsentationen abgehalten werden
 - o wie Fragen richtig eingesetzt werden
 - o wann und wie ich den Abschluss herbeiführen kann
 - o wie Neukunden wirkungsvoll gewonnen werden können
- Grundlagen entwickeln, um ...
 - o mit Fragen rascher zum Ziel zu kommen
 - o auf den verschiedenen Ebenen beim Kunden Vertrauen und Glaubwürdigkeit herzustellen
 - o den ungehinderten Zugang zum Buying Center des Kunden sicherzustellen
 - o den Kunden für eine gemeinsame Aktivitätenplanung im Verkaufsprozess zu gewinnen
 - o den Kunden auch nach dem Abschluss zum Anschlusskauf zu bringen
- Prozesse optimieren, betreffend ...
 - o Verkaufsprognosen und der Entscheidung, welche Geschäftsmöglichkeiten zu verfolgen sind
 - o lernen aus Misserfolgen, damit Fehler nicht wiederholt werden
 - o Planung von Verkaufsaktivitäten, damit kurz-, mittel- und langfristige Ziele erreicht werden

DAUER

4 Tage