

## Strategisches Verkaufen

Den Entscheidungsprozess beim Kunden (Buying Center) erkennen, verstehen und ziieldienlich nutzen

Das Selling Center-Team (Verkäufer), das Kaufentscheidungsprozesse im Buying Center-Team erfolgsorientiert herbeiführt

Zweitägiges Spezial-Verkaufstraining



## Kaufentscheidungsprozess der Zielkunden (Buying Center)

Die Entscheidungsprozesse sind nicht nur in großen Unternehmen, sondern auch in KMU wesentlich komplexer geworden. Die Anzahl der Ansprechpartner mit unterschiedlichen Aufgaben, Rollen und Entscheidungskriterien hat sich beim Kunden erhöht und unterliegt einem ständigen Veränderungsprozess. Ein wichtiger Schlüssel zum Verkaufserfolg ist somit, das Erkennen und Verstehen der offiziellen und auch inoffiziellen (politischen) Strukturen, Seilschaften des Einkaufsprozesses beim Kunden, um dann mit einem reflexiven Feedbackprozess durch das Selling Center-Team zielorientiert, strategisch und wirksam agieren zu können. Auf Basis dieses Wissens lebt das Selling Center-Team ein strategisches, situatives und emotionsbasiertes Beziehungsmanagement mit einem ansprechpartnerorientierten Value Selling.

### Ziel der Trainingsmaßnahme

Die Verkäufer (Selling Center-Team) lernen, mit welchen Methoden sie Entscheidungsprozesse bei den unterschiedlichsten Unternehmen und Ansprechpartnern erkennen und wie sie dieses Wissen flexibel im Buying Center-Team des Zielkunden anwenden. Sie lernen, wie sie dann zielorientiert und strategisch den Verkaufsprozess kundenspezifisch und ansprechpartnerorientiert gestalten. Sie werden nach dem Training in der Lage sein, mit den unterschiedlichsten Ansprechpartnern (Anwender, technische Entscheider, kaufmännische Entscheider, Beeinflusser, Einkäufer, ...) auf Augenhöhe zu kommunizieren. Die Verkäufer (Selling Center-Team) leben strukturiert und emotionsbasiert ein ansprechpartnerorientiertes Value Selling.

Dazu benötigen sie eine gute Fachkompetenz, persönliche Sicherheit, eine klare Wahrnehmung, zielorientiertes, strategisches Denken und Handeln sowie ein hohes Einfühlungsvermögen mit einer ausgeprägten Kommunikations- und Reaktionsflexibilität.

## Fähigkeiten der Verkäufer (Selling Center-Team) für strategisches Verkaufen

- Authentische (Verkäufer)Persönlichkeit
- Unerschütterlicher Wille zum Erfolg
- Zielorientiertes, analytisches und strategisches Denken und Handeln
- Entscheidungsstrukturen der Zielkunden (Key-Accounts) erkennen und sich darauf einstellen können
- Mit den unterschiedlichsten Gesprächspartnern (Anwender, Einkäufer, Geschäftsführer, Beeinflusser, Entscheider, ...) auf Augenhöhe kommunizieren
- Ausdauer und der unerschütterliche Wille zum Erfolg
- Flexibilität im Mix von Kreativität und Struktur
- Unternehmensprozesse analysieren und entwickeln zielorientierter Strategien
- Hohe Reaktions- und Verhaltensflexibilität für situative Verkaufsprozesse
- Sich in den Kunden (unterschiedliche Ansprechpartner) hineinversetzen können, seine Absichten, Interessen und Positionen verstehen
- Empathie, Physische Energie, innere Ruhe und angemessene Gelassenheit
- Denk- und Entscheidungsfilter, den inneren Überzeugungsmodus bei den unterschiedlichen Ansprechpartnern erkennen und bei der verbalen, non-verbalen und schriftlichen Kommunikation strategisch nutzen
- Value Selling, die Kundenvorteile ansprechpartnerspezifisch präsentieren
- Mut, sich auf emotionsbasierte Kundengespräche einzulassen und diese souverän führen
- Sich gezielt mit dem Selling Center-Team auf Kundengespräche vorbereiten, wissen welche Taktiken und Strategien erfolgreich sind
- Kundenwiderstände angemessen abbauen und eine Lobby für sich und das eigene Unternehmen schaffen
- Interne Ressourcen bei der Vorbereitung und Umsetzung gezielt nutzen
- Hohe Präsenz im Kundenkontakt und der internen Kommunikation





## Trainingsinhalte Strategisches Verkaufen

Den Entscheidungsprozess (Buying Center) beim Kunden erkennen, verstehen und zielführend nutzen

Das Selling Center-Team (Verkäufer), das Kaufentscheidungsprozesse im Buying Center-Team erfolgsorientiert herbeiführt

- ▶ *Kommunikationspsychologie – kunden-/ansprechpartnerbezogen kommunizieren und emotionalisieren*

*Kommunikationsregeln, Kommunikationsstörungen in der Interaktion mit Kunden. Kunden generalisieren, tilgen und verzerren die empfangenen Informationen*

Die Teilnehmer lernen wie wichtig es ist, zu wissen, wie Kunden als auch interne Kollegen Informationen wahrnehmen, verarbeiten und Entscheidungen fällen, um erfolgreich mit ihnen zu kommunizieren. Kommunizieren heißt auch emotionalisieren - im Kontakt mit dem Kunden bedeutet dies, bei ihm positive Emotionen zu aktivieren.

- ▶ *Vorannahmen (Projektionen) – ein Problem in der Kundenkommunikation*

*Durch unbewusst ablaufende Reiz-Reaktionsmuster (falsche Vorannahmen) werden in Kundengesprächen verzerrte Situationen erzeugt, welche die Präsenz der Verkäufer mindern und somit eine erfolgreiche Kommunikation, das heißt einen strategischen und emotionsbasierten Verkaufsprozess, verhindern*

Die Teilnehmer lernen Reiz-Reaktionsmuster zu erkennen, sie zu unterbrechen und somit eine wichtige Plattform für ein erfolgsorientiertes Kundengespräch zu erzeugen.

- ▶ *Der unerschütterliche Wille zum Erfolg: Philosophie des erfolgreichen Selling Center-Teams*

*Kunden und das eigene Unternehmen zu Gewinnern zu machen, gehört zur Aufgabe des Selling Center-Teams*

Die Teilnehmer erlernen Motivationsstrategien und wie sie sich mental einstellen, um auch bei schwierigen Ansprechpartnern souverän und überzeugend zu agieren und zu wirken.



▶ *Buying Center - Entscheidungsprozesse in großen Unternehmen und KMU*

*Typische Entscheidungsprozesse in großen Unternehmen und KMU: Wie sieht das Kaufverhalten (klassische Beschaffungsprozesse) aus?*

Die Teilnehmer lernen welche Entscheidungsprozesse es in großen Unternehmen und KMU allgemein gibt.

▶ *Analyse der Entscheidungsprozesse, Beziehungsmatrix im Buying Center des Zielkunden*

*Methoden und Strategien, um Entscheidungsprozesse bei Zielkunden zu analysieren*

Die Teilnehmer lernen verschiedene Methoden (Mind Map, Beziehungsmatrix für Buying Center) kennen, mit denen sie offizielle als auch inoffizielle Seilschaften, (politische) Entscheidungsprozesse beim Kunden ermitteln können: Welche Aufgaben und Rollen der verschiedenen Ansprechpartner sowie politische Strukturen und interne Netzwerke gibt es im Buying Center? Wer sind die Entscheider, Anwender, Beeinflusser, Einkäufer, usw.? Wie sieht die Beziehung zu den verschiedenen Ansprechpartnern aus (Freund, Neutraler, Mentor, Bewahrer, Kritiker, Unnahbarer,...)? Wie sieht die Persönlichkeitsstruktur der verschiedenen Ansprechpartner im Buying Center aus?

▶ *Wissen wie der Ansprechpartner denkt, fühlt und entscheidet - die Entscheidungsmotive und Strategien der Ansprechpartners im Buying Center-Team eruieren*

*Mit den richtigen Fragen strukturiert die Entscheidungsstrategien, den inneren Überzeugungsmodus, die Absichten und Emotionen des Kunden erkennen*

Die stetige Analyse ist die Basis eines strategischen Verkaufsprozesses und für eine kundenorientierte, emotionsbasierte Kommunikation unverzichtbar. Der Kunde hat nur an dem Interesse, was ihm einen Nutzen bringt und dabei hilft, seine rationalen und basalen Bedürfnisse zu befriedigen. Deshalb ist es wichtig, den Überzeugungsmodus (rational/emotional) des Kunden herauszufinden.

Die Teilnehmer lernen, wie sie den Kunden mit den richtigen Fragentypen schnell und wohlgeformt qualifizieren, d.h. Entscheidungsprozesse, den inneren Überzeugungsmodus erkennen und daraus die Entscheidungsmotive ableiten können.



▶ *Customer Value*

*Value Selling - vielfältige Vorteile und Nutzen für den spezifischen Ansprechpartner im Buying Center-Team*

Die Teilnehmer erarbeiten auf Basis eines unternehmensspezifischen Nutzenhandbuchs die vielfältigen Kundenvorteile für die verschiedenen Zielkunden.

▶ *Chancen und Risiken*

*Wettbewerbsanalyse beim Zielkunden*

Die Teilnehmer lernen, wie sie auf Basis einer Wettbewerbsanalysematrix bei einem Zielkunden Leistungen und Strategien des Wettbewerbs strukturiert reflektieren und daraus die Chancen und Risiken ableiten.

▶ *Strategien des Selling Center-Teams für einen erfolgreichen Verkaufsprozess*

*Gestalten eines strategischen Verkaufsprozesses*

Anhand der Erkenntnisse aus dem Buying Center des Zielkunden werden jetzt vom Selling Center-Team Ziele definiert und daraus Maßnahmen und Aktivitäten für strategische Verkaufsprozesse beim Zielkunden entwickelt: Welche Taktiken und Maßnahmen sind bei den verschiedenen Ansprechpartnern (Beeinflusser, Bewahrer, Anwender, Freund, Entscheider, ...) wann und wie sinnvoll? Wer aus dem Selling Center-Team sollte auf welchen Ansprechpartner Einfluss nehmen?

▶ *Beziehungsgestaltung - sich eine Lobby bei den unterschiedlichen Ansprechpartnern aufbauen*

*Der gute Draht zum Ansprechpartner, ein Vertrauens- und Beziehungskonto aufbauen*

Die Teilnehmer lernen, wie sie nonverbal und verbal Sympathie und Vertrauen bei den unterschiedlichen Ansprechpartnern herstellen und sich darüber hinaus ein Vertrauens- und Beziehungskonto aufbauen können, das sie beim strategischen Verkaufen dann effektiv nutzen. Sie lernen, sich in die Emotionen des Kunden hineinzusetzen und somit auf seine Ebene zu gelangen. Verkäufer müssen den Kunden dort abholen, wo er sich emotional befindet und ihn dann in die gewünschten Emotionen für einen erfolgreichen Verkaufsprozess führen.



- ▶ *Wirksam argumentieren, Bedenken und kritische Fragen ansprechpartnerorientiert wandeln*

*Eine gute Einwandsbearbeitung und Argumentationsstrategie greift zurück auf die Erkenntnisse aus der Potenzialanalyse, den Entscheidungsprozess und die WahrnehmungsfILTER des jeweiligen Ansprechpartners beim Kunden*

Die Teilnehmer lernen die Informationen aus der Analyse beim Abbau der Widerstände, bei Bedenken, bei kritischen Fragen und Einwänden zu nutzen und den Ansprechpartner mit ziieldienlichen Argumenten zu überzeugen. Das Format für die Erstellung eines Argumentationshandbuchs wird vermittelt.

- ▶ *Die strategische Besuchsvorbereitung des Selling Center-Teams für das Buying Center-Team des Zielkunden*

*Ein Besuch von Mitgliedern des Selling Center-Teams beim Zielkunden (Schlüsselkunde) ist nur dann erfolgreich, wenn das Selling Center-Team sich im Klaren darüber ist, was es bei ihm erreichen möchte*

Es muss wissen, wer welche Rolle inne hat, welche Customer Pains es gibt, wie es diese für den Kunden lösen kann, mit welchen Kundeneinwänden es rechnen muss und wie es darauf reagieren kann.

Die Teilnehmer bekommen ein Format (Besuchsvorbereitung für das Selling Center-Team) an die Hand, mit dem sie jeden Kundenbesuch ziel- und erfolgsorientiert vorbereiten können.

- ▶ *Vereinbarung von weiterführenden Aktivitäten, Abschlusstechniken*

*Weiterführende Aktionen mit dem Ansprechpartner vereinbaren*

Die Teilnehmer lernen, wie sie mit dem jeweiligen Ansprechpartner zielgerichtet Vereinbarungen treffen, um den strategischen Verkaufsprozess weiter zu forcieren. Der Kunde muss wissen, wie es weitergeht und welche Aktivitäten jetzt folgen, damit er zeitnahe zu einer positiven Entscheidung geführt werden kann.

- ▶ *Rollenübungen mit praxisorientierten Fallbeispielen*

*Das Wissen in Übungen integrieren und reflektieren*

Oft erscheint den Teilnehmern das Gelernte einfach und logisch und die praktische Anwendung wird unterschätzt. In Praxisübungen wird jetzt das gelernte Wissen in Szenarien des Tagesgeschäfts der Teilnehmer zum Thema strategisches Verkaufen integriert und gemeinsam reflektiert.





## ► Zielvertrag

### *Umsetzungsziele für die Praxis*

Die Teilnehmer setzen sich schriftlich klare Ziele, welche Trainingsinhalte sie wie in die Praxis umsetzen werden und definieren gleichzeitig eine Feedbackschleife, woran sie und andere erkennen werden, dass sie diese Ziele erreicht haben.

## Für wen ist dieses Training?

- Verkäufer
- Key Account Manager
- Produktmanager
- Entwickler mit Kundenkontakt
- Geschäftsführer mit Kundenkontakt

## Trainingsmethoden

- Praxisorientierte Impulsvorträge und Demos durch den Trainer
- Nach jedem Impulsvortrag praxisbezogene Übungen in Kleingruppen oder in der Großgruppe
- Diskussion von Beispielen aus dem Tagesgeschäft der Teilnehmer
- Erfahrungsaustausch in der Großgruppe
- Erarbeiten von Zielen und Umsetzungsstrategien für die Praxis





## Termine/Zeiten

Zweitägiges Training am:	Auf Anfrage
Ort:	Seminarhotel im Kreis Limburg/Weilburg
max. Gruppengröße:	12 Teilnehmer

## Nutzen

Mit Hilfe dieses Trainings werden Verkäufer/Mitglieder des Selling Center-Teams das Buying Center-Team potenzieller Zielkunden zielgerichtet analysieren. Mit einem reflexiven Feedback-System wird das Selling Center-Team aus den gewonnenen Erkenntnissen interne und externe Strategien entwickeln und professionell leben. Sie lernen wie Emotionen bei den unterschiedlichsten Ansprechpartnern des Buying Center entstehen und wie sie diese in einem strategischen Verkaufsprozess erfolgreich nutzen, um eine positive Entscheidung herbeizuführen. Sie werden ihre Persönlichkeit und Souveränität (Authentizität) als Mitglieder im Selling Center-Team weiterentwickeln und dem Ansprechpartner damit eine höhere Sicherheit und Vertrautheit geben. Sie werden mit weniger Aufwand durch eine hohe Präsenz einfach mehr erreichen und flexibel auch weitere ziieldienliche Strategien nutzen. Sie kommunizieren auf Augenhöhe mit unterschiedlichen Gesprächspartnern (vom Anwender über den Einkäufer bis hin zum Geschäftsführer) und verstehen es, deren spezifischen Nutzen in der gemeinsamen Geschäftspartnerschaft wirksam zu kommunizieren.

### **KreuzerTraining**

TRAINING | COACHING | BERATUNG

Am Schulberg 9  
65606 Villmar  
Telefon 06474 8813 58  
info@kreuzer-training.de  
www.kreuzer-training.de  
www.messeauftrittsberatung.de



## Anmeldung zum zweitägigen Spezial-Verkaufstraining Strategisches Verkaufen via E-Mail [info@kreuzer-training.de](mailto:info@kreuzer-training.de)

KreuzerTraining

TERMINE	UHRZEITEN	TRAININGSORT
Auf Anfrage	9.00 Uhr – 17.00 Uhr	Noch offen
KOSTEN		TRAINER
€ 1.280,00 pro Person, zzgl. MwSt.		Rüdiger Kreuzer
FIRMENANSCHRIFT		RECHNUNGSANSCHRIFT (falls abweichend)
..... Firma		..... Firma
..... Straße		..... Zusatz
..... PLZ / Ort		..... Straße
..... Ansprechpartner / Position		..... PLZ / Ort
..... Telefon / Telefax		..... (ggf.) E-Mail für Rechnungsversand
..... E-Mail		
..... (ggf.) Bestellnummer		
..... TEILNEHMER <input type="checkbox"/> Frau <input type="checkbox"/> Herr		
..... Vorname / Name		<b>TEILNAHMEBEDINGUNGEN</b> Nach schriftlicher Anmeldung erhält der Teilnehmer eine Anmeldebestätigung und die Rechnung für das Training. Die Rechnung ist bis spätestens 14 Tage vor Trainingsbeginn ohne Abzüge zu begleichen, bei kurzfristigen Anmeldungen sofort nach Rechnungserhalt. Im Trainingspreis sind Honorar, Organisations- und Nebenkosten, Getränke, Gebäck in den Kaffeepausen, ein leichtes Mittagsmenü oder –buffet (nur bei ganztägigen Trainings), Trainingsunterlagen sowie ein Teilnehmerzertifikat enthalten.  Die Organisation der Reise obliegt dem Teilnehmer. Ebenso trägt dieser alle anfallenden Kosten für die Übernachtung(en).  Der Teilnehmer verpflichtet sich mit der Anmeldung zur Teilnahme am gesamten Training. Wir erstatten keine Kosten bei späterer Anreise oder vorzeitiger Abreise. Sollte die angemeldete Person nicht am Training teilnehmen können, hat sie die Möglichkeit bis spätestens 48 Stunden vor Trainingsbeginn einen Ersatzteilnehmer zu benennen (dieser sollte die Voraussetzungen zur Teilnahme erfüllen). Hierfür ist eine verbindliche schriftliche Anmeldung des Ersatzteilnehmers erforderlich. Zusätzliche Kosten entstehen nicht.  Sollte der Teilnehmer das Training stornieren, entstehen folgende Kosten für ihn: • 50,00 € zzgl. MwSt. Bearbeitungsgebühr bis 29 Tage vor Trainingsbeginn • 50% der Teilnahmegebühr ab 28 bis 15 Tage vor Trainingsbeginn • Volle Teilnahmegebühr ab 14 Tage vor Trainingsbeginn - auch bei Nichterscheinen Maßgeblich für den Zeitpunkt ist der Zugang der Stornierung per E-Mail bei KreuzerTraining.  Sollte KreuzerTraining aufgrund zu geringer Teilnehmerzahlen (bis spätestens 10 Tage vor Trainingsbeginn) oder aus sonstigen wichtigen, von KreuzerTraining nicht zu vertretenden Gründen (Erkrankung des Trainers, höhere Gewalt etc.) absagen müssen, wird die bezahlte Teilnahmegebühr unverzüglich erstattet. Weitergehende Haftungs- und Schadensersatzansprüche sind ausgeschlossen.
..... Position		
..... Telefon		
..... E-Mail		
..... Datum   Unterschrift   Firmenstempel		