



## I. Die aktuelle Situation

Wir haben über die aktuelle Situation im Verkauf in Ihrem Unternehmen noch nicht näher gesprochen. **Daher ist dieses Angebot sehr allgemein gehalten. Es wird wahrscheinlich notwendig sein, Inhalte, Programme und Ablauf des Trainings an die Ziele, die sie mit dem Training verfolgen und an die Situation der Teilnehmer anzupassen.**

Um mir ein klareres Bild von der aktuellen Situation machen zu können, ist es für mich wichtig, vor dem Training ein persönliches Gespräch mit einigen Teilnehmern und der Verkaufsleitung führen zu können! Die Informationen aus diesen Vorgesprächen stellen die Grundlage für das Trainingsprogramm dar.

## II. Mein Trainingskonzept für Ihre VerkäuferInnen

Für ein Team von Verkäufern mit unterschiedlicher Verkaufserfahrung habe ich das **Higher Sales Results - Verkaufstraining** entwickelt:

### 1. Meine Methoden:

Eine ausgewogene Mischung aus Theorie und praktischer Übung im Verhältnis von 50: 50 bringt die besten Erfolge, wenn es darum geht, Verkäufer in Verkaufstechnik zu schulen und andere grundlegende Themen im Verkauf zu behandeln. Dabei soll die Anwendbarkeit der vermittelten Trainingsinhalte in der beruflichen Praxis der einzelnen Teilnehmer im Mittelpunkt stehen!

Lektion:	Kurzer Input zur Vermittlung der neuen Ideen
Rollenspiel:	Unumgänglich zur praktischen Übung
Sketch:	Um die Situation lebendig darzustellen
Plenararbeit:	Gemeinsames Erarbeiten fördert die Identifikation mit dem Ergebnis
Gruppenarbeiten:	Brainstorming zu den verschiedenen Themen
Video:	Um den Entwicklungsprozess jedes Teilnehmers auch für diesen selbst sichtbar zu machen
Tests:	Zur Standortbestimmung Persönlichkeitsanalyse und -entwicklung

### 2. Werkzeuge - Planungsinstrumente

Zusätzlich werden einige Planungsinstrumente enthalten sein, die für den Teilnehmer die Brücke zwischen guten, neuen Ideen und seiner eigenen Arbeitswelt schlagen.

Durch die Anwendung dieser Instrumente soll die Umsetzung der Trainingsinhalte in den beruflichen Alltag jedes Teilnehmers gewährleistet werden!

### **III. Der Ablauf des Verkaufstrainings:**

#### **A. Die Vorbereitung der Führungskräfte und der Teilnehmer**

Um einen individuellen Erfolg der Teilnehmer sicherzustellen, ist eine präzise Vorbereitung sowohl des Trainers als auch der Teilnehmer unumgänglich.

Wir schlagen deshalb vor, daß

- zuerst alle Teilnehmer die beiliegenden Fragebogen per Email erhalten und an uns zurückschicken
- nach der Auswertung der Fragebogen persönliche Gespräche mit allen Teilnehmern stattfinden.

##### **1. Dauer:**

Die Fragebogen sollten innerhalb einer Woche zurückgeschickt werden, die Auswertung dauert ca. 2 Tage

Die vorbereitenden Gespräche sollten insgesamt in einem Tag abgeschlossen sein.

##### **2. Inhalte:**

Stärken/Schwächen - Analyse, Erwartungen, Ziele für das Training

Die aus den persönlichen Gesprächen und den Fragebogen gewonnenen Erkenntnisse werden unmittelbar die Gestaltung der Trainingsinhalte für unser Verkaufstraining beeinflussen.

#### **B. Vorbereitendes Management - Workshop**

In diesem Workshop geht es in erster Linie darum, alle Vorgesetzten der Trainingsteilnehmer mit den Grundideen des Trainings vertraut zu machen, um auf Dauer eine Umsetzung der Trainingsinhalte fördern zu können.

##### **1. Teilnehmer:**

1. Idealerweise alle Manager der ersten und zweiten Ebene der Firma

##### **2. Dauer**

½ Tag

##### **3. Die Inhalte:**

- Präsentation der Ergebnisse der Vorbereitung der Teilnehmer
- Interpretation der Differenzen der Sichtweisen des Managements und der Verkäufer
- Präsentation der wesentlichen Modelle, die wir im Training verwenden
- Die Firma im „Model of Change“ – wie ist die allgemeine Einstellung ggü. Veränderungen?

- Festlegen des **endgültigen Trainingsprogramms**

#### **4. Das endgültige Programm:**

**Die Erkenntnisse aus unseren Gesprächen während der Vorbereitung werden wir unmittelbar dazu verwenden, die Trainingsinhalte zu definieren.**

Die Teilnahme der Führungskräfte im Verkauf an den Verkaufstrainings selbst ist ein wesentlicher Teil unseres Trainingsprogramms.

### **C. Präsentation des Trainingsprogramms:**

#### **1. Die Präsentation:**

Wenn möglich, möchte ich gerne den Teilnehmern dieses endgültige Programm einige Tage vor Trainingsbeginn präsentieren. (max. 2 Stunden)

Damit erreichen wir:

- Eine höhere Akzeptanz bzgl. der Inhalte des Trainings
- Eine Beseitigung einer eventuellen Verunsicherung der Teilnehmer vor dem Training
- Den Beginn des durch das Training eingeleiteten Veränderungsprozesses

### **D. Die erste Trainingseinheit**

Die erste Trainingseinheit soll den Teilnehmern das aktuelle Basiswissen im Verkauf vermitteln und gleichzeitig die Möglichkeit zum Üben der erlernten Themen und Techniken beinhalten. Deshalb wird die erste Trainingseinheit 2 volle Tage dauern, damit die Teilnehmer genügend Zeit haben, im Training neue Verhaltensweisen auszuprobieren.

#### **1. Die Inhalte der ersten Trainingseinheit (2 Tage)**

Nach unserem heutigen Wissensstand - bevor wir mit einem der zukünftigen Teilnehmer gesprochen haben - halten wir folgende Themen für besonders sinnvoll:

##### ***a) Goldene Regeln des Verkaufs***

Allgemein werden die Teilnehmer mit den "Goldenen Regeln" vertraut gemacht. Wir werden im Rahmen unserer Vorbereitung gemeinsam festlegen, auf welchen Bereichen dabei der Schwerpunkt liegen soll.

##### ***b) Der Verkäufer***

- (1) Selbstbild und Fremdbild

Mit Hilfe eigens entwickelter psychologischer Fragebogen, die von den einzelnen Teilnehmern selbst ausgewertet werden, werden Stärken und Schwächen der Verkäufer und eventuelle Differenzen zwischen dem Selbstbild und dem Fremdbild der Teilnehmer aufgezeigt und erklärt.

**Dazu machen wir speziell für Verkäufer auch Videoaufnahmen von typischen Verkaufssituationen mit gezieltem Feedback.**

## (2) Der erfolgreiche Verkäufer, unsere Einstellung

Es gibt bestimmte Haltungen und Charaktereigenschaften, die für Erfolg im Verkauf ausschlaggebend sind.

Die Teilnehmer schätzen sich anhand eines Persönlichkeitsprofils zuerst selbst ein, in der zweiten Phase stellen sie dar, wie sie sein möchten. Dann werden sie von den Teilnehmern eingeschätzt und erhalten Gelegenheit, sich Feedback für ihr Verhalten zu holen.

## (3) Motivation

Welche psychologischen Motivationsebenen sind in jedem Menschen vorhanden und ansprechbar, und wie wirken sich diese in den zwischenmenschlichen Kontakten aus?

Kurze Vorstellung der wichtigsten Motivationstheorien mit Übungen, um die Selbstmotivation festzustellen und gegebenenfalls daran zu arbeiten.

## (4) Optimismus:

Besonders für den Versicherungsverkäufer ist es extrem wichtig, mit negativen Erlebnissen im Verkauf optimistisch umzugehen. Erst ein gesunder Optimismus gibt uns im Verkauf mittel – und langfristig die Chance, trotz auftretender Schwierigkeiten durchzuhalten und zu einem erfolgreichen Verkäufer zu werden.

Wir testen den aktuellen Grad des Optimismus der einzelnen Teilnehmer, geben gezieltes individuelles Feedback und befassen uns mit unserer Fähigkeit, Optimismus zu erlernen.

## *c) Situativer Verkaufsstil – der richtige Umgang mit Kunden*

### (1) Neukundenakquisition

Schärfung des Bewußtseins bzgl. der extremen Wichtigkeit der Neukundenakquisition in stark umkämpften Märkten!

Spezielle Strategien zur raschen Gewinnung von neuen Kunden.

### (1) Beziehungsmanagement

Einstellen auf die Wellenlänge des Gesprächspartners vom ersten Kontakt bis zur langjährigen Partnerschaft.

Hier werden die Teilnehmer Werkzeuge kennenlernen, die ein rasches Anpassen an das Verhalten des Kunden ermöglichen, um auf Dauer eine gute Beziehung aufzubauen.

## *d) Die wichtigen ersten Teile des Verkaufsgesprächs:*

### (1) Kontaktphase

Durch aktives Zugehen auf den Kunden sollen die Verkäufer einen positiven ersten Eindruck bei ihren Kunden erwecken und die Initiative im Verkaufsgespräch übernehmen.

Hier verwenden wir Videoaufnahmen.

### (2) Bedarfsanalyse 1. Stufe

Durch gezielte Fragen soll der genaue Bedarf des Kunden ermittelt werden.

Dieser sehr wichtige Teil jedes Verkaufsgesprächs wird in Rollenspielen intensiv trainiert werden!

Dabei werden wir auch einen Fragenkatalog erarbeiten, damit von Anfang an sichergestellt ist, daß alle Verkäufer diesen wichtigen Teil des Verkaufsgesprächs beherrschen.

## **E. Die Umsetzung des Aktionsplans – Coaching für jeden Teilnehmer nach jeder Trainingseinheit**

### **1. Die Aktionspläne der Teilnehmer**

Entscheidendes Kriterium für die Qualität jedes Trainings ist der nachhaltige Transfer des Erfahrenen und Gelernten in die Praxis des Arbeitsalltags. Dieser Transfer wird in erster Linie durch unsere speziellen Trainingsmethoden (s.o.) sichergestellt!

**Mit jedem Teilnehmer erarbeitet der Trainer in jeder Trainingseinheit einen individuellen Aktionsplan, dessen Umsetzung im Rahmen des weiteren Trainings auch kontrolliert wird.**

**Der Trainer wird dann mit jedem Teilnehmer etwa 4- 6 Wochen nach der Trainingseinheit ein Gespräch führen – telephonisch oder persönlich – in dem es um die Umsetzung des individuellen Aktionsplans des jeweiligen Teilnehmers geht.**

Zusätzlich bieten wir jedem Teilnehmer auch für die Zeit zwischen den Trainingseinheiten die Möglichkeit, mit dem Trainer telephonisch Kontakt zu halten.

**Der Trainer fungiert dann quasi als persönlicher Coach jedes Teilnehmers!**

### **2. Dauer der Gespräche:**

Insgesamt sollten die Coachinggespräche für eine Gruppe von 6 – 8 Teilnehmern in einem Tag abgeschlossen sein

### **3. Begleitende Gespräche mit dem Management**

Durch ständige begleitende Gespräche mit dem Management sorgen wir für das Erreichen der vor dem Start des Trainings gemeinsam festgelegten qualitativen und quantitativen Trainingsziele.

### **4. Anpassen der Trainingsinhalte**

Durch ständiges Anpassen der Trainingsinhalte an die konkreten Bedürfnisse der jeweiligen Gruppe erreichen wir eine extrem hohe Praxisnähe der Trainings für jeden Teilnehmer.

## **F. Die zweite Trainingseinheit**

Um langfristig eine Veränderung in die von allen Beteiligten gewünschte Richtung zu gewährleisten, ist es unserer Meinung nach äußerst wichtig, in Abständen von ca. 3- 6 Monaten eine zweite Trainingseinheit durchzuführen.

Diese zweite Trainingseinheit wird zwei Tage umfassen. (1 x 2 Tage oder 2x 1 Tag)

### **1. Mögliche Inhalte für die zweite Trainingseinheit (2 Tage)**

**Hier sind die notwendigen Trainingsinhalte aus heutiger Sicht noch überhaupt nicht klar zu identifizieren. Die genauen Themen werden wir nach der Auswertung der Fragebögen, dem ersten Training und den ersten Aktionsplänen auswählen.**

Ein Schwerpunkt sollte aus heutiger Sicht auf dem Üben der in der ersten Trainingseinheit erlernten und in der Zwischenzeit in der Praxis ausprobierten Techniken liegen.

#### (1) Aktives Zuhören

Durch Übungen wird trainiert, tatsächlich zu verstehen, was der Kunde meint. Die Teilnehmer werden mit einigen grundlegenden Regeln der Kommunikation vertraut gemacht.

#### (2) Körpersprache

Erkennen des Kunden anhand seiner körpersprachlichen Signale.

#### (3) Präsentation des Angebots:

Wesentliche Merkmale einer professionellen Präsentation werden hier ebenso behandelt, wie das Abstimmen der Präsentation auf den Bedarf und die Bedürfnisse des Gesprächspartners. Kurze theoretische Inputs bilden die Basis für einen stark praxisorientierten Trainingsteil.

#### (4) Preisbehandlung

Professionell mit dem Preis umgehen zu können, unterscheidet den Spitzenverkäufer von den anderen! Hier lernen die Teilnehmer einige Methoden kennen, die es möglich machen, Preisbehandlung als Hilfe zum Abschluß verwenden zu können.

#### (5) Einwandbehandlung

Professionell mit den meisten möglichen Einwänden umgehen zu können, unterscheidet den Spitzenverkäufer von den anderen! Hier lernen die Teilnehmer einige Methoden kennen, die es möglich machen, den Einwand als Hilfe zum Abschluß verwenden zu können.

#### (6) Abschlußtechnik

Ein gutes Verkaufsgespräch wird vom Verkäufer bewußt zum Abschluß geführt, so daß es am Ende zwei Gewinner gibt - den Kunden, der eine gute Entscheidung getroffen hat und den Verkäufer, der sein Ziel erreicht hat.

## **G. Die dritte Trainingseinheit**

Diese Trainingseinheit dient dazu, die erlernten und mittlerweile in der Praxis erprobten Verhaltensweisen zu üben, zu korrigieren bzw. zu vertiefen.

Die Inhalte ergeben sich aus den Ergebnissen der ersten beiden Trainings, der Fragebogen und der Aktionspläne.

Das gesamte Trainingsprojekt wird nach ca. 10 – 12 Monaten abgeschlossen sein. Dabei werden alle Teilnehmer während dieser Zeit von mir kontinuierlich gecoacht, um die anfangs definierten Ziele auch wirklich zu erreichen!

## IV. Organisatorisches:

### A. Der Ort:

Grundsätzlich ist jeder Ort, der die notwendigen technischen Möglichkeiten bietet, geeignet.

Wir empfehlen Ihnen besonders für den ersten Trainingsteil, in ein erstklassiges Hotel zu gehen, um die Teilnehmer aus dem beruflichen Alltag und der damit verbundenen Umgebung herauszuholen. Das ist besonders dann sinnvoll, wenn eines der Ziele des Seminars die Verbesserung der Motivation der Mitarbeiter ist, oder wenn wir mit diesem Training auch den Teamgedanken in der Mannschaft vertiefen möchten!

Wir sind gerne bereit, Sie bei der Auswahl eines geeigneten Hotels zu beraten.

Für die weiteren Trainingsteile ist es sehr anzuraten, eine möglichst praxisnahe Umgebung für das Training zu schaffen. Hier sind firmeninterne Seminarräume durchaus zu empfehlen, wenn für störungsfreien Seminarverlauf gesorgt ist.

Ganz wichtig für den Erfolg dieses Verkaufstrainings ist es, daß die Seminargruppe geschlossen während der ganzen Seminardauer – möglichst auch am Abend - zusammenbleibt, und sich nicht der eine oder andere Teilnehmer wegen irgendwelcher Verpflichtungen verabschiedet.

Bei diesem Intensivseminar wird eventuell am Abend die Vorbereitung für den nächsten Tag zu machen sein. Außerdem wird das Teamverhalten durch gemeinsames Arbeiten und ein gemeinsames Abendprogramm sehr gefördert!

### B. Der Trainer:

Hans - Stephan ROKUS ist seit 1995 als Verkaufstrainer tätig.

#### **Themen der bisherigen Schulungstätigkeit u. A.:**

- ⇒ Einschulung von neuen Verkäufern
- ⇒ Präsentationsschulungen für Händler und deren Verkäufer
- ⇒ Personalentwicklung in verkaufsorientierten Unternehmen
- ⇒ Verkaufsschulungen für neue und erfahrene Verkäufer
- ⇒ Managementtraining für Verkaufsleiter
- ⇒ Train the Trainer für Verkaufstrainer
- ⇒ Coaching

### C. Referenzen

Neuber GmbH, Hr. Thomas Kafka, 01/59995-1500

Ebner Industrieofenbau, Hr. Robert Ebner 0732/6868-1230

Dataform Geschäftsdrucke, Hr. Pawlowitsch, 02245/3262-38

## V. Ihre Investitionen:

### A. Allgemeine Honorare

	Anzahl Tage	€
Seminartage, Verkaufstraining pro Tag	1	1.526,13
Beratungstage, z.B. für vorbereitende Analysen, Managementmeetings, Auswertung der Aktionspläne	1	1.453,46

### B. Ihre Investition für eine Gruppe (bis zu 14 Personen)

	Anzahl Tage	€
Individuelle persönliche Vorbereitung	1	1.453,46
Vorbereitendes Management - Workshop	0,5	726,73
Das Verkaufstraining	6	9.156,78
Coaching, Auswertung der Aktionspläne	6	8.720,74
Gesamthonorar für 13,5 Tage - davon 6 Trainingstage - inklusive aller notwendigen Aktivitäten zur Vorbereitung und Umsetzung		20.057,70
Investition pro TN bei 14 Personen/ Gruppe		1.432,69

Alle Preise verstehen sich excl. 20% MwSt.

In unserem Honorar sind die Erstellung des individuellen Seminarplans sowie unsere sehr ausführlichen Unterlagen - das Trainingsbuch, diverse Testformulare und Handouts - inbegriffen.

**Telephonische Beratung im Rahmen des gesamten Trainingsprojekts wird nicht gesondert verrechnet!**

#### **Achtung**

**Bargeldlose Bezahlung über ECT – Verrechnung ist bis zu 50% möglich!**