

CONTIUS

| Verkaufen in
der Flaute

Hans-Joachim Contius
Im Stäudler 27 | D-78256 Steißlingen
Web www.contius-academy.com

Telefon +49 (0)7738 5009
Mobil +49 (0)171 772 7870
E-Mail info@contius-academy.com

»Verkaufen in der Flaute. Strategische Verkaufsplanung, 20 gute Ideen«

Themenschwerpunkte

- Wie kann der Unternehmenswert gesteigert werden?
- Die erfolgsversprechende Akquisitions-Strategie - Systematisch den Markt bearbeiten
- Wie kann eine Steigerung der Kundenzufriedenheit und Potenzialauschöpfung optimiert werden?
- Wie können die Innovations-, Betriebs- und Kundendienstprozesse optimiert werden?
- Wie können vorhandene Ressourcen weiter ausgeschöpft werden?
- Wie ausgeprägt sind Qualifikation und Motivation der Mitarbeiter?
- Wie leistungsfähig ist das Informationssystem?

Nutzen

Folgende Punkte werden präsentiert, diskutiert und Lösungen aufgezeigt

- 1 Sie diskutieren die sechs harten Tatsachen im heutigen Markt
- 2 Sie analysieren ihre Kernkompetenzen und Entwicklungsmöglichkeiten
- 3 Welche möglichen Bedrohungen bestehen, die den Erfolg beeinträchtigen können?
- 4 Marktanalyse: Entwicklung und Ausschöpfung der Marktpotenziale
- 5 Verkaufsinstrumente I Analyse der Stärken und Schwächen des Vertriebs
- 6 Alternative Verkaufsstrategien
- 7 Alternative Kundenswerpunkte, Marktschwerpunkte, Leistungsschwerpunkte
- 8 Systematische Marktbearbeitung, unterschiedliche Aktivitäten in den Plattformen
- 9 Die Marktplattform, Verhandlungsplattform, Kundenplattform
- 10 Verkaufssteuerung, quantitativ und qualitativ
- 11 Kennzahlen im Verkauf
- 12 Führung und Motivation des Verkaufs: Entlohnungsanreize, Incentives
- 13 10 Sofortmaßnahmen für den Innen- und Außendienst
- 14 Interne und externe Kommunikation vom Angebot über die Präsentation zum Auftrag
- 15 Vom Verkäufer zu Business-Developer
- 16 Wirkungsvolle Gestaltung der Verkaufsprozesse
- 17 Strategische und taktische Ausrichtung der Verkaufsorganisation
- 18 Verkaufsschulung und -entwicklung des Verkaufs und der gesamten Organisation
- 19 **Learning Company I Change Management**
- 20 Aktions- und Maßnahmenkatalog

Methodik

Lehrgespräche, Gruppenarbeiten, Rollenspiele, persönliches Feedback, Checklisten, Einzelarbeiten, Präsentationen, Aktionsplan, Fallbeispiele

Dauer

2 Tage

Teilnehmer

VerkaufsleiterInnen, Geschäftsführer, Inhaber I geeignet besonders für den Mittelstand