

Tipp

Das ausführliche und tagesaktuelle Programm zu dieser Veranstaltung finden Sie auch auf unserer Webseite www.skz.de/seminare



Wissen eröffnet Perspektiven

Seit 50 Jahren steht das SKZ für kompetente Aus- und Weiterbildung. Gemessen an Kompetenzen und Positionen decken die Inhalte unserer Veranstaltungen die vielfältigen Bereiche der Kunststoffbranche ab.

Die Auswahl der Themen und die herausragende Qualität unseres Angebotes haben zahlreiche Veranstaltungen zu festen Terminen in der Kunststoffbranche werden lassen. Das Zusammenspiel von namhaften Referenten, einem attraktiven Rahmenprogramm und persönlicher Betreuung hat die Veranstaltungen des SKZ als allseits geschätzte Treffpunkte etabliert.

Erfahrung und Kompetenz in Kunststoff

600 Veranstaltungen mit über 10.000 Teilnehmern jährlich sowie 1.500 Referenten machen das SKZ zum Marktführer für Wissenstransfer im Bereich Kunststoff in Deutschland und Europa.



Professionelle Organisation durch geschultes Fachpersonal

Zertifiziertes Managementsystem nach ISO 9001

Persönliche Betreuung mit Ansprechpartner

Seminar-Handbuch auf CD und Papier

Persönliche Teilnahmebescheinigung

Würzburg, eine wunderschöne Barockstadt, liegt mit seinen Weinbergen im Herzen des fränkischen Weinlands. Viele beeindruckende Sehenswürdigkeiten, wie das UNESCO Weltkulturerbe „Würzburger Residenz“, die Mittelalterliche Festung Marienberg und der Romanische Dom St. Kilian machen Würzburg zum Veranstaltungsort der ersten Wahl!

Mehr als 70 ICE-Verbindungen am Tag und die 1 Stunde entfernten Flughäfen in Frankfurt und Nürnberg garantieren eine hervorragende infrastrukturelle Anbindung.

Ort und Veranstalter

SKZ - ConSem GmbH
Frankfurter Straße 15 - 17
97082 Würzburg

Anmeldung und Information

SKZ - ConSem GmbH
Frankfurter Straße 15 - 17
97082 Würzburg
T +49 931 4104-164
F +49 931 4104-227
anmeldung@skz.de
www.skz.de/seminare

Veranstaltungsnummer

01120039

Referent

Manfred Schröder,
alphaSales® Training
& Beratung, Ditzingen

Organisation

Joachim Hess, SKZ Würzburg,
T +49 931 4104-134

Teilnahmepreis

990,00 EUR zzgl. MwSt.

Sonderkonditionen

Bei Mehrfachanmeldungen aus einem Unternehmen gelten folgende Ermäßigungen: der zweite Teilnehmer erhält 10% Nachlass, der dritte Teilnehmer 20% Nachlass.

Fördermöglichkeiten

Bildungsscheck NRW und
Qualifizierungsscheck Hessen
können eingelöst werden!

Leistungen

Seminar-Handbuch inkl. CD,
Mittagessen, Stehimbiss,
Pausengetränke

Stornierungen

Bei schriftlicher Abmeldung bis eine Woche vor Veranstaltungsbeginn berechnen wir eine Stornogebühr von 10% des Teilnahmepreises. Bei Abmeldung danach ist der volle Preis fällig.
Das Teilnehmerverzeichnis wird ca. eine Woche vor Beginn der Veranstaltung erstellt, verspätete Anmeldungen können leider nicht mehr darin berücksichtigt werden.

Lösungsorientiertes Verkaufen in der Kunststoffindustrie

Wege aus dem Preiskampf



21. bis 22. Juni 2011
SKZ, Würzburg

Referent: Manfred Schröder
alphaSales® Training & Beratung, Ditzingen

SKZ-Gesamtprogramm
unter www.skz.de





Ist es tatsächlich möglich, dem Preisdruck zu entfliehen? Gibt es dazu Tricks und Kniffe? Oder bis dato geheim gehaltene Strategien? Nein, weder Tricks noch Kniffe, aber Strategien, wenngleich diese nicht geheim sind. Leider wurden diese Vorgehensmodelle bisher nur wenig publik gemacht und noch seltener angewendet.

Solange vergleichbar gute oder schlechte Verkäufer vergleichbare Produkte verkaufen, werden die Kunden dazu gezwungen, eine Entscheidung am Preis festzumachen. Die „einfache“ Lösung ist, dass Verkäufer ihre Kunden davon überzeugen müssen, dass sie **erstens** die richtige Lösung für den Kunden haben und **zweitens** die Verkäufer einen eigenständigen Wert für den Kunden darstellen. Wenn es gelingt, den Kunden davon zu überzeugen, dass der Verkäufer nicht „eine“ Lösung, sondern „seine“ Lösung – und zwar die des Kunden – sucht und dass der Verkäufer einen Mehrwert darstellt, dann kann es gelingen, dass der Preisdruck erheblich nachlässt.

Damit Kunden „Lösungen“ kaufen, müssen verschiedene Bedingungen erfüllt sein:

- der Kunde muss sein Problem selbst kennen und akzeptieren
- der Kunde braucht das Gefühl, dass der Verkäufer die Aufgabenstellung umfassend begreift
- der Kunde muss die Überzeugung haben, dass der Verkäufer das Problem lösen wird
- der Kunde hat Vertrauen zum Verkäufer aufgebaut

Ziel des Seminars ist es, das aktuelle Handeln als Verkäufer zu überdenken und die persönlichen und marktspezifischen Erfolgsfaktoren zu identifizieren.

Seminardauer

- 1. Tag: 09:00 bis 16:30 Uhr | 16:30 Uhr Stehimbiss
- 2. Tag: 09:00 bis 17:00 Uhr

Ihr Referent

Manfred Schröder, alphaSales® Training & Beratung, Ditzingen:

- 15 Jahre Vertrieb erklärungsbedürftiger Investitionsgüter und Dienstleistungen
- Projektmanagement von Großveranstaltungen und Softwareprojekten
- Managementaufgaben als Geschäftsführer einer Unternehmensberatung
- Gastdozent an einer Berufsakademie und einer Fachhochschule für das Thema MIS
- Managementtrainer-Ausbildung (BDVT) bei der TAM, Trainer Akademie München
- Ausbildung zum Changemanagement -Trainer bei der Cicero AG, München
- REISSprofil-Mastertrainer bei der EATD, European Academy for Training and Development (REISSprofil® Certified Master)

Strategische Themen

Vertriebsphasenmodell und zielgruppengerechtes Prozessmodell

- Welches vertriebliche Vorgehen ist in einem definierten Markt erfolgreich?
- Wie können Verkäufer die Synchronität von Verkaufsprozess und Kaufprozess sicherstellen?
- Wie kann der Fortschritt in einem Vertriebsprojekt festgestellt werden?

Bedarfsanalyse und Bedarfsentwicklung

- Was möchte der Kunde?
- Welche Bedeutung misst der Kunde dem Bedarf als ganzem und den einzelnen Aspekten seines Bedarfes bei?
- Gibt es Bedarfsaspekte, die besonders betont werden sollten, weil sie vom Angebot besonders gut abgebildet werden?
- Wo im Beschaffungsprozess steht der Kunde?

Der Verkaufstrichter als Mittel der Selbstorganisation

- Wie viele Neukontakte müssen in den Trichter, damit die Zielerfüllung gesichert ist?
- Wie viele Kontakte können im Vertriebsprozess überhaupt verarbeitet werden?

Umgang mit dem Buying-Center

- Welche typischen Rollen gibt es in einem Buying-Center?
- Wie können die spezifischen Partikularinteressen erfüllt werden?
- Wo sind Chancen und Risiken im Buying-Center?

Lösungsorientierte Verkaufskommunikation

Fragetechnik für den Lösungsvertrieb

- Was braucht der Kunden, was wünscht er sich?
- Warum formuliert er bestimmte Bedarfe, welche Bedürfnisse stehen dahinter?
- Was macht meinen Kunden erfolgreich?

Aktives Zuhören als Instrument der Feinsteuerung

- Wie kann das Kundengespräch gesteuert werden, ohne den Kunden durch Fragen zu unterbrechen?
- Wie können wir die Bedeutung von Aussagen verifizieren oder klären, ohne den Redefluss zu unterbrechen?
- Wie können wir dem Gesprächspartner dabei die Wertschätzung unserer ungeteilten Aufmerksamkeit entgegenbringen?

Kaufmotive und Typologien

- Welche verschiedenen Motive können das Kaufverhalten bestimmen?
- Gibt es ein einfaches, alltagstaugliches Typologien-Muster, um die verschiedenen Typen leichter zu erkennen?

Bitte per Fax an **+49 931 4104-227**

Anmeldung zum Seminar:

Lösungsorientiertes Verkaufen in der Kunststoffindustrie

21. bis 22. Juni 2011, Würzburg (01120039)

Firma/Institut			
Straße/Postfach			
PLZ	Ort	Land	
Telefon		Fax	
Teilnehmer:			
Titel		Vorname	Name
E-Mail		Abteilung	
Titel		Vorname	Name
E-Mail		Abteilung	
Datum		Unterschrift	
Firmenstempel			