



Proactive Acquisition

Systematischer Aufbau der Kundenansprache zur Erreichung eines Jahresziels

Zum Thema

Das Erreichen eines Jahresziels wird erst möglich, wenn eine relevante Anzahl potenzieller Kunden identifiziert ist und angesprochen werden kann. Im Umfeld von Industrie 4.0/IoT (Internet of Things) liegen grosse Geschäftschancen. Um diese Chancen zu erkennen und zu erschliessen ist ein systematisches, beratungsorientiertes Vorgehen Voraussetzung.

Zielpublikum

Mitarbeiter/-innen und Führungskräfte aus Unternehmen aller Branchen und Grössen aus den Bereichen Account Management, Business Development, Marketing, Produktmanagement und Service.

Ihr Nutzen

Sie lernen die Metrik für die Erreichung eines Jahresziels kennen. Daraus werden individuelle Kennzahlen erarbeitet, anhand derer der Fortschritt der Arbeit kontinuierlich verfolgt werden kann. Sie gewinnen dadurch Sicherheit bei der kontinuierlichen Verfolgung von Zielen und lernen praxisbezogene Methoden für die proaktive Identifikation von neuen Verkaufschancen kennen. In kleinen Gruppen erarbeiten Sie eine praxisbezogene Vorgehensweise für den Erstkontakt bei Neu- und Bestandskunden, bereiten diese vor und führen den Erstkontakt direkt aus dem Workshop heraus durch.

Nutzen für Ihr Unternehmen

- Fokus auf Verkaufsvorhaben, die eine hohe Erfolgswahrscheinlichkeit haben
- Nachhaltige Erhöhung der Abschlussquoten und Erreichen des Jahresziels durch systematischen Aufbau der Kundenansprache. Die Wahrscheinlichkeit für die Zielerreichung steigt markant
- Frühzeitiges Aufbauen und Füllen der Sales-Pipeline

Inhalte

- Metrik für die Erreichung eines Jahresziels
- Die Akquise und der eigene aktuelle Kommunikations-Mix
- Eigene Stärken kennenlernen
- Erkennen von Nutzenpotentialen aus Sicht des Kunden
- Entwickeln eines eigenen «Nutzenportfolios»
- Up Selling, Cross Selling
- Recherche und benötigte Informationen
- Zielkunden, Zielprojekte, Zielperson und Kontaktstrategie
- Kommunikation: brieflich, telefonisch, in sozialen Netzwerken
- Identifikation und Ansprache des «Buying Centers» des Kunden

- Vermeidung von und Umgang mit Einwänden
- Umfassende Vorbereitung der Akquisition
- Besuche vor- und nachbereiten
- Umsetzen der Erkenntnisse auf die ausgewählten Zielkunden der Teilnehmer/-innen

Methoden

Ein ausgewogenes Verhältnis von Referaten, Diskussionen und Fallbeispielen aus dem Umfeld der Teilnehmer/-innen ermöglicht es Ihnen, die umfangreiche Thematik gründlich zu erfassen und praxisbezogen umzusetzen. Als Vorbereitung zum Programm führt der Trainer ein Telefon-interview mit Ihnen durch. Sie wählen je zwei eigene Zielkunden zur Vorbereitung und Bearbeitung im Programm aus.

Daten und Orte: [p]28.02. - 01.03. + 09.05.2019
[br]Seedamm Plaza, Pfäffikon SZ[/p][p]30. - 31.08. + 24.10.2019 [br]Seedamm Plaza, Pfäffikon SZ[/p]

Dauer
3 Tage

Trainer
Thomas Zimmerli

Teilnehmerzahl
max. 12 Personen

Seminarpreis 2018
CHF 3600.– pro Person (inkl. Lunch)
(CHF 3300.– für jede weitere Person aus der gleichen Firma am gleichen Kurstermin)

Unterlagen
Die Teilnehmer/-innen erhalten schriftliche Unterlagen sowie einen Zugang zum e-Learning und eine Software Lizenz zur Bearbeitung der Fallstudie.