



# Proactive Acquisition

## Systematischer Aufbau der Kundenansprache zur Erreichung eines Jahresziels

### Zum Thema

Profis reagieren nicht nur auf Anfragen, sondern generieren eigene Verkaufschancen, challengen die Kunden, setzen sich eigene Ziele und setzen systematisch die Akquise zur Erreichung eines Jahresziels um.

### Zielpublikum

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten neben dem Verkauf auch Verantwortliche für Business Development, Marketing, Key-Account- und Produkt-Manager, Projekt-Leiter und Service-Leiter teilnehmen.

### 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
- Abstimmung der Kennzahlen, evtl. mit dem CRM-System
- Die Akquise und die Bedeutung innerhalb des aktuellen Kommunikations-Mix
- Definition der Zielgruppen und deren Potentiale und Bedürfnisse
- Eigene Stärken, bezogen auf die Bedürfnisse der Zielgruppen kennenlernen
- Erkennen von Nutzenpotentialen aus Sicht des Kunden
- Entwickeln eines eigenen "Nutzenportfolios", bezogen auf die Bedürfnisse der Zielgruppen
- Up Selling, Cross Selling
- Recherche und benötigte Informationen

- Zielkunden / Zielprojekte / Zielpersonen und Kontaktstrategie
- Kommunikation: brieflich, telefonisch, in sozialen Netzwerken
- Identifikation und Ansprache des "Buying Centers" des Kunden
- Vermeidung von und Umgang mit Einwänden
- Das Script
- Grundlagen der Kommunikation
- Umfassende Vorbereitung der Akquisition
- Reale Gespräche und Besuche vor- und nachbereiten
- Praktische Übungen und Gruppenarbeiten, Einsatz agiler Methoden zur Kundenansprache
- Umsetzen der Erkenntnisse auf die ausgewählten Zielkunden der Teilnehmer

### Methoden

Ein ausgewogenes Verhältnis von Gruppenarbeiten, 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 Telefoninterview mit Ihnen durch. Sie wählen je zwei eigene Zielkunden zur Vorbereitung und Bearbeitung im Programm aus.

### Daten und Orte:

28.02. - 01.03. + 09.05.2019  
Seedamm Plaza, Pfäffikon SZ

30. - 31.08. + 24.10.2019  
Seedamm Plaza, Pfäffikon SZ

### Dauer

3 Tage

### Arbeitszeiten

1. Tag: 8.30 – 18.00 Uhr  
2. Tag: 8.30 – 17.00 Uhr  
3. Tag: 8.30 – 17.00 Uhr

### Trainer

Thomas Zimmerli

### Teilnehmerzahl

max. 12 Personen

### Seminarpreis 2019

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 Kursunterlagen sowie einen Zugang zum e-Learning und eine Software Lizenz zur Bearbeitung der Fallstudie.