

MODULARES VERTRIEBSTRAINING

PRÄSENZ IM VERTRIEB



INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	2
PREMIUMPARTNER DES DEUTSCHEN BILDUNGSPREISES	3
TRAININGSMETHODIK	4
NACHHALTIGKEITS-/TRANSFERMAßNAHMEN	5
PRÄSENZ IM VERTRIEB MODUL 1	6
PRÄSENZ IM VERTRIEB MODUL 2	9
PRÄSENZ IM VERTRIEB - TRANSFERTAG	12
ANSPRECHPARTNER & KONTAKTDATEN	15

PREMIUMPARTNER DES DEUTSCHEN BILDUNGSPREISES



Der Deutsche Bildungspreis ist im Jahr 2012 durch die TÜV Süd Akademie ins Leben gerufen worden. Im Jahr 2013 fand die erste Preisverleihung statt. Dieser Preis wird an Unternehmen für das professionellste und strategischste Bildungs- und Talentmanagement in fünf verschiedenen Kategorien (nach Branche und Größe) verliehen. In umfangreichen Audits werden die Unternehmen nach verschiedenen Kriterien untersucht.

Vor allem werden Themen wie Nachhaltigkeit, Kreativität, Innovation und Zukunftsorientierung der Bildungsmaßnahmen bewertet.

Deutschlandweit suchte die TÜV Süd Akademie Partner in den Bereichen Softskill Training, Sprachtraining und IT-Training, deren Angebot am besten zu diesen Themen passt.

In dem Bereich Softskill Training wählte uns die TÜV Süd Akademie aktiv als Premiumpartner des Deutschen Bildungspreises 2014, 2015 und 2016 aus, weil unsere Philosophie, Vorgehensweise und Trainingsmethodik am besten die oben genannten Themen verkörpert.

Wir sind sehr stolz auf diese Auswahl und fühlen uns hinsichtlich der Qualität, Nachhaltigkeit, Kreativität, Innovation und Zukunftsorientierung unseres Trainingsangebotes sehr bestätigt.

TRAININGSMETHODIK

Im Vordergrund steht ein teilnehmer- und dialogorientierter Lernprozess, orientiert am Bedarf der Gruppe und dem Gruppenprozess unter Berücksichtigung aller systemischen Bedingungen.

Unsere Trainingsmethodik nutzt die Kombination aus Pragmatismus und modernen wissenschaftlichen Erkenntnissen aus Psychologie, Pädagogik und Gehirnforschung - erlebnisorientiert, interaktiv und abwechslungsreich.

Die gesamte Trainingsmethodik erhöht die Motivation der Teilnehmer im Training und die Umsetzungswahrscheinlichkeit nach dem Training.

Erkenntnisübungen dienen der Reflexion der eigenen Rolle und Wirkung sowie der Selbstdiagnose. Die Analyse dieser Übungen führt zu einer Ableitung von Konsequenzen, einem bewussteren Umgang mit persönlichen Verhaltensmustern und zum Aufzeigen von Verhaltensalternativen. Diese Verhaltensalternativen werden in weiteren Übungen ausprobiert. So findet ein ständiger Wechsel von Eigenreflexion und dem Ausprobieren von Alternativen statt.

Das immer wiederkehrende Thema Präsenz dient unter anderem der Verbesserung der Selbstwahrnehmung, des Selbstmanagements und der Achtsamkeit im Umgang mit Menschen.

Zusätzlich steht der Trainer in den Pausen und am Abend auf Wunsch für Einzelfeedbackgespräche zur Verfügung, um den Teilnehmern eine zusätzliche Möglichkeit für den Abgleich von Eigen- und Fremdwahrnehmung zu geben.

Die Arbeit in der Gruppe gibt die Möglichkeit andere wahrzunehmen, Feedback von anderen Gruppenteilnehmern zu erhalten und ihnen qualifiziertes Feedback zu geben.

NACHHALTIGKEITS-/TRANSFERMASSNAHMEN

- ⊙ Vermittlung von Sinnhaftigkeit, positiven Emotionen und eines persönlichen Nutzens in Bezug auf die anstehenden Veränderungen im Training.
- ⊙ Begleitung der Entwicklungen im Training mittels eines speziellen Entwicklungsheftes, welches für eine Reflektion und den Praxistransfer nach jeder Übung sorgt.
- ⊙ Formulierung von drei Umsetzungszielen am Ende des Trainings aus der Reflektion während des Trainings und Entwicklung von Maßnahmen zur Zielerreichung durch jeden Teilnehmer.
- ⊙ Check der Umsetzungsziele mit Hilfe der Affektbilanz.
- ⊙ Installierung eines kollegialen Kompetenzkreises für den Transfer nach den Trainings.
- ⊙ Einführung von Patenschaften, Peergroups, Ankerbeispiele, etc. für den Transfer nach den Trainings.
- ⊙ Transfertage & Coaching zur Sicherstellung und Integration der erlernten Methoden und Inhalte.

PRÄSENZ IM VERTRIEB MODUL 1



TRAININGSZIELE

Am Ende des Trainings

- ⊙ sind den Teilnehmern die entscheidenden Voraussetzungen für eine hohe Präsenz im Vertrieb sowie ein eigenständiges verantwortungsvolles Handeln deutlich und sie können sich entsprechend verhalten.
- ⊙ ist den Teilnehmern bewusst, dass sie für ihre Wahrnehmung, ihre Gedanken und ihre Emotionen selbst verantwortlich sind.
- ⊙ erkennen die Teilnehmer die volle Verantwortung für ihr Verhalten und ihre Entscheidungen an.
- ⊙ ist den Teilnehmern die Bedeutung des eigenen Denkens, der eigenen Zielsetzung und einer ausgeprägten Lösungsorientierung für ihre erfolgreiche Vertriebstätigkeit bewusst und sie können konkrete Ziele formulieren.
- ⊙ sind die Teilnehmer deutlich präsenter in den Gesprächen mit den Kunden und ihr Handlungsspielraum in verschiedenen Vertriebssituationen ist erweitert.
- ⊙ können die Teilnehmer mit verschiedenen auch schwierigen Situationen im Vertrieb flexibler und lösungsorientierter umgehen.

TRAININGSINHALTE

- ⊙ Einleitung
Vorstellungsrunde und Erwartungen an das Training
- ⊙ Intensive Auseinandersetzung mit dem Thema „Präsenz und Informationsgewinnung im Vertrieb“
- ⊙ Voraussetzungen für präsenten Überzeugen im Verkaufsgespräch
- ⊙ Lösungsorientierung und Zielsetzung
Lehrgespräch: Definition und Bedeutung von Zielen, Kriterien für die Zielformulierung
Gruppenarbeit: Formulierung von typischen Zielen in den eigenen Verkaufsgesprächen
- ⊙ Bedeutung des Unbewussten, des eigenen Denkens, einer ausgeprägten Lösungsorientierung und einer konkreten Zielsetzung für den Erfolg im Vertrieb
- ⊙ Präsenten Informationsgewinnung und Gesprächsführung
Erkenntnisübung: „Hobby erfragen“ mit der Erkenntnis, wie entscheidend die Formulierung von offenen Fragen in der „Trichtermethodik“ ist.
Gruppenarbeiten: Erarbeitung von typischen Fragen in den eigenen Verkaufsgesprächen
- ⊙ Präsentes, aktives Zuhören
Erkenntnisübung „kontrollierter Dialog“ mit dem Erleben wie schwierig präsenten Zuhören ist, aber auch mit dem Erleben wie notwendig es für erfolgreiche Verkaufsgespräche ist
- ⊙ Formulierung von motivorientiertem Kundennutzen im Verkaufsgespräch
- ⊙ Umgang mit Einwänden, Widerständen und schwierigen Verkaufssituationen
- ⊙ Erarbeitung von konkreten Zielen für die Umsetzung in der Praxis

PRÄSENZ IM VERTRIEB MODUL 2



TRAININGSZIELE

Am Ende des Trainings

- ⊙ können die Teilnehmer die Entscheidungsmotive ihrer Kunden noch besser erkennen und für ihre Vertriebsgespräche nutzen.
- ⊙ können die Teilnehmer ihre Kunden noch besser einschätzen und eine noch positivere Beziehung zu diesen aufbauen.
- ⊙ können die Teilnehmer ihr Verhalten in jeder Phase eines Kundengesprächs bzw. eines Überzeugungsprozesses auf individuelle Motive der Kunden abstimmen.
- ⊙ kennen die Teilnehmer die entscheidenden Voraussetzungen für eine erfolgreiche Sprechleistung.
- ⊙ kennen die Teilnehmer ihre persönlichen rhetorischen und körpersprachlichen Wirkungsmittel und haben diese schrittweise in Übungen verbessert.
- ⊙ sind die Teilnehmer sicherer und selbstbewusster in ihrer Rhetorik und haben mehr Zutrauen in ihre Sprechleistung.
- ⊙ sind die Teilnehmer dadurch noch präsenter und begeisternder in ihren Vertriebsgesprächen.

TRAININGSINHALTE

Die Teilnehmer lernen durch Erleben. In gezielten Übungen erkennen Sie ihre momentane Präsenz, ihre Stärken und Potenziale. Durch lösungsorientierte Übungssequenzen bauen Sie Präsenz und Stärken weiter aus und arbeiten an ihren Potenzialen. Die Ergebnisse werden final mit Inhalten aus der beruflichen Praxis verknüpft.

- ⊙ Refresh des ersten Trainings
- ⊙ Intensive Auseinandersetzung mit dem Thema Entscheidungsmotive des Kunden
Lehrgespräch: die wichtigsten Entscheidungsmotive des Menschen, was sie bedeuten, welche Rolle sie für die Argumentation in Verkaufsgesprächen spielen und wie man sie erkennen kann.
Erarbeitung von Argumenten in typischen Verkaufssituationen bezogen auf die jeweiligen Motive der Gesprächspartner in Gruppenarbeiten
Umgang und Formulierung motivorientierter Nutzenargumentation
- ⊙ Die 7 Schlüssel zur besseren Sprechleistung
- ⊙ Atem und Stimme:
Die eigene Sprechleistung gezielt und gekonnt verbessern. Verschiedene Atem- und Sprechübungen werden vorgestellt und trainiert.
- ⊙ Aufgezeichnete Sequenzen werden auf Video betrachtet und analysiert
- ⊙ Raum, Status, Präsenz
Präzente Gesprächsführung
- ⊙ Erarbeitung von konkreten Zielen für die Umsetzung in der Praxis
Umsetzungsziele: Jeder setzt sich konkrete Ziele für die Umsetzung in die Praxis abgeleitet aus den Erkenntnissen, die mehrmals täglich von den Teilnehmern festgehalten wurden.

PRÄSENZ IM VERTRIEB - TRANSFERTAG



TRAININGSZIELE

Am Ende des Transfertags

- ⊙ sind die Umsetzung der Trainingsinhalte in der Praxis und entsprechende Hintergründe deutlich.
- ⊙ sind Fragen zu den Trainingsinhalten, die sich bei der Umsetzung in der Praxis ergeben haben, besprochen und beantwortet.
- ⊙ sind Schwierigkeiten, die sich bei der Umsetzung in der Praxis ergeben haben, analysiert und mit Lösungen versehen.
- ⊙ sind die Trainingsinhalte noch einmal vertieft und der Transfer der Inhalte in die Praxis ist deutlich mehr gesichert.

TRAININGSINHALTE

- ⊙ Erarbeitung von Aussagen zu „Das konnte ich umsetzen“, „Diesen Nutzen hatte ich davon“, „Das konnte ich nicht umsetzen“, „Aus folgendem Grund“
Anschließend Diskussion und gemeinsame Erarbeitung von ersten Lösungsansätzen für mögliche Umsetzungsprobleme
- ⊙ Formulierung von positiven Erfahrungen und Schwierigkeiten bei der Umsetzung der Transferaufgabe und der Erreichung der Umsetzungsziele
Anschließend Präsentation und gemeinsame Erarbeitung von weiteren Lösungsansätzen für Umsetzungsprobleme
- ⊙ Refresh der Inhalte des ersten Trainings
- ⊙ Analogieübung „Das neue Produkt“ mit dem Ziel, die eigenen Fähigkeiten im Überzeugungsprozess im Kundengespräch, insbesondere die Informationsgewinnung, die motivorientierte Nutzenargumentation und den Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen, zu erleben
- ⊙ Beraterübung – zwei reale Kunden-Problemfälle werden von zwei Teilnehmern vorgestellt, anschließend jeweils von den anderen Teilnehmern und vom Trainer hinterfragt und es werden dann von allen Lösungsvorschläge erarbeitet
- ⊙ Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Verkaufsgesprächen, die sich aus den vorher bearbeiteten Problemfällen ergeben haben

ANSPRECHPARTNER & KONTAKTDATEN



Materne Training
Inhaber: Andreas Materne
Hohenzollernstr. 26
80801 München

email: info@materne-training.de
Internet: www.materne-training.de

Andreas Materne
Inhaber

Tel: +49 (0) 89 323 62 347
Fax: +49 (0) 89 323 62 352
mobil: +49 (0) 172 74 13 133
email: a.materne@materne-training.de



Detlef Kuschka
Geschäftsführer

Tel: +49 (0) 89 323 62 347
Fax: +49 (0) 89 323 62 352
mobil: +49 (0) 151 148 433 10
email: d.kuschka@materne-training.de



Sabine Spranger
Leiterin Innenteam

Tel: +49 (0) 89 323 62 347
Fax: +49 (0) 89 323 62 352
email: s.spranger@materne-training.de

