



Vertriebs-Know-how

Schulung, Workshops, Coaching

für Einsteiger und Umsteiger
im technischen Vertrieb BtoB, Investitionsgüter-Verkauf
Marketing, **Projektmanagement und Service**



Karlheinz Pflug Dipl.-Wirtschaftsing. FH

Hauptmann-Hoffmann-Str. 25
D-76891 Erlenbach bei Dahn

Fon: +49 (0) 63 98 – 993117
E-Mail info@kh-pflug.de

Meine Seminare und Workshops

sind **modular** aufgebaut. Zu folgenden Themen biete ich Seminare und Workshops firmenintern / inhouse an, Ihr zusätzliches Wunschthema wird wenn möglich gerne integriert. Einige Seminarthemen finden auch als **öffentliche Seminare** statt – siehe letzte Seite. Nach Absprache eignen sich die meisten Themen auch als **Impulsvortrag**.

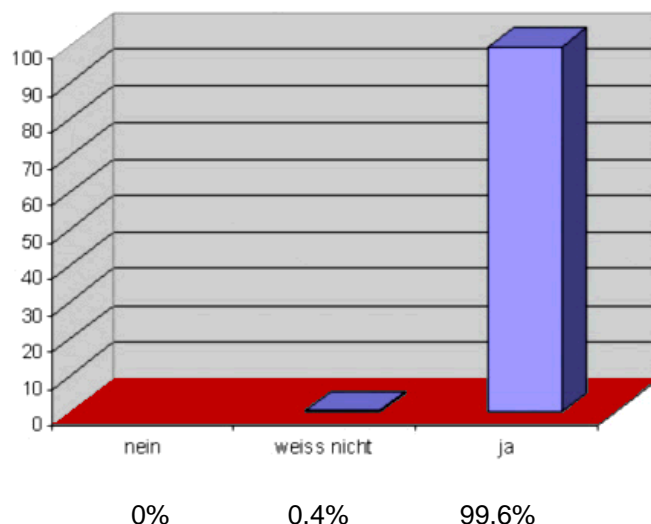


So wurden die bisherigen Seminare beurteilt

„Ich kann dieses Seminar weiter empfehlen“

Die Ergebnisse basieren auf Fragebögen, die von den Teilnehmern anonym ausgefüllt wurden zum Ende jeden Seminars von 2000 bis 2016.

99,6%
der Teilnehmer empfehlen meine Seminare weiter.



BCT Pflug - Business-Coaching & Training

Karlheinz Pflug Dipl.-Wirtschaftsing. FH
Hauptmann-Hoffmann-Str. 25
D-76891 Erlenbach bei Dahn
Fon: +49 (0) 63 98 – 993117
Fax: +49 (0) 63 98 – 993129
E-Mail info@kh-pflug.de

Karlheinz Pflug

Vertriebstrainer, Berater / Coach ,
Hochschuldozent (Lehrauftrag: Verkaufstechniken
für Wirtschaftsingenieure), Fachbuchautor

Studium Elektrotechnik und
Wirtschaftsingenieurwesen, Weiterbildung in
Psychologie

Seit 1999 gebe ich als selbstständiger,
unabhängiger Vertriebstrainer und Coach
(anerkannt vom BDVT) die Erfolgsrezepte des
Vertriebs weiter. Dabei schöpfe ich aus 35 Jahren
Vertriebs Erfahrung, und eigenen
außergewöhnlichen Erfolgen.



Vertriebsingenieur (INTEL Mikroprozessor-Systeme für Industrie und Forschung, New-Business-
Development),

Unternehmer (eigenes Yachtcharter-Unternehmen) und

Verkaufsleiter (PROWELL GmbH, von der Neugründung zum Marktführer mit Umsatz in dreistelliger
Millionenhöhe bei jährlichen Zuwachsraten von über 50% in besetztem Markt).

Meine Verkaufs-Philosophie: **Business is People**

"Predige nur das,
was Du selbst vorher schon
in die Tat umgesetzt hast."
Konfuzius (Chinesischer Denker ca. 500 v. Chr.)

Kunden

Technischer Vertrieb und beratungsintensiver Verkauf von Rohstoffen über Maschinenbau bis IT-
Dienstleistungen, von Einmann- bis zu Dax-Unternehmen im Business to Business Bereich, von
Flensburg bis Wien, meist Mittelstand aber auch bekannte Namen wie E.ON, T-Online, Voith.

Architektur	Energieversorger	Ofen- und Kaminbau
Analysegeräte	Fahrzeugbau	Schiffselektronik
Anlagenbau	Gewerkschaft	Segel- und Motoryacht-Vertrieb
Automobil-Hersteller	Grafische Geräte	Sensortechnik
Automobil-Zulieferer	Heizungshersteller, Handel	Softwarehäuser
Automatisierung	Ingenieur-Büro	Solartechnik
Bauplanung	Industriecomputer	Sonder-Anlagenbau
Bildverarbeitung	Internet-Provider	Stahlbau
Biotechnologie	Klimatechnik	Systemhaus
Bootsbau und Zubehör	Kunststofftechnik	Tauchschule
Chemie	Lasertechnik	Technische Stoffe und Vliese
Computer Hard-/Software	Logistik	Telekommunikation
Designer Möbel	Maschinenbau	Tiefbau
Dentaltechnik	Medizintechnik	Verbrauchsabrechnung
Druckindustrie	Messebau	Verpackungen
Elektronik	Messtechnik	Web-Designer
Elektrogeräte-Bau	Netzwerktechnik	Werbung / Marketing

Inhouse-Seminare

Firmeninterne Workshops und Trainings sind modular aufgebaut.

Ich führe sie bundesweit (auch A und CH) entweder in Ihrem Hause oder einem Ort Ihrer Wahl durch. Dies können ein- oder mehrtägige Seminare sein - als Impuls oder in Kombination mit einer Verkaufstagung auch ein halber Tag oder mehrere Stunden.

Am wirkungsvollsten sind jedoch Seminarstaffeln z.B. ein Tag zur Einstimmung und Analyse, zwei oder drei Tage um den Vertriebsprozess in allen Phasen zu durchleuchten und weitere Tage in zeitlichem Abstand um Spezialthemen wie Key-Accounts oder Preiserhöhungen etc. vertiefend zu behandeln.

In firmeninternen Seminaren arbeiten wir selbstverständlich konkret mit **Ihren Beispielen** und an Ihren Problemstellungen.

Absolute Vertraulichkeit ist dabei für mich selbstverständlich!

Gerne berate ich Sie gerne bei der Zusammenstellung Ihres Seminars bzw. Ihrer Seminarreihe. Wir führen hierzu ein Vorgespräch und analysieren den aktuellen Trainingsbedarf.

Ablauf von firmeninternen Seminare

Räumlichkeiten und Verpflegung werden von Ihnen organisiert. Der Seminarraum sollte idealerweise ausreichend groß sein, mit Möglichkeiten eventuell auch extern Gruppenarbeiten durchzuführen. Tische, Stühle nach Möglichkeit in U-Form.

Die notwendige Präsentations- und Moderationstechnik wird von mir gestellt soweit nicht bereits bei Ihnen vorhanden.

Dauer

Wenn Vertriebstrainings bei Ihnen nicht ohnehin regelmäßig stattfinden ist es für den ersten Termin sinnvoll zwei bis drei Tage einzuplanen um das Gelernte auch entsprechend aufnehmen und üben zu können.

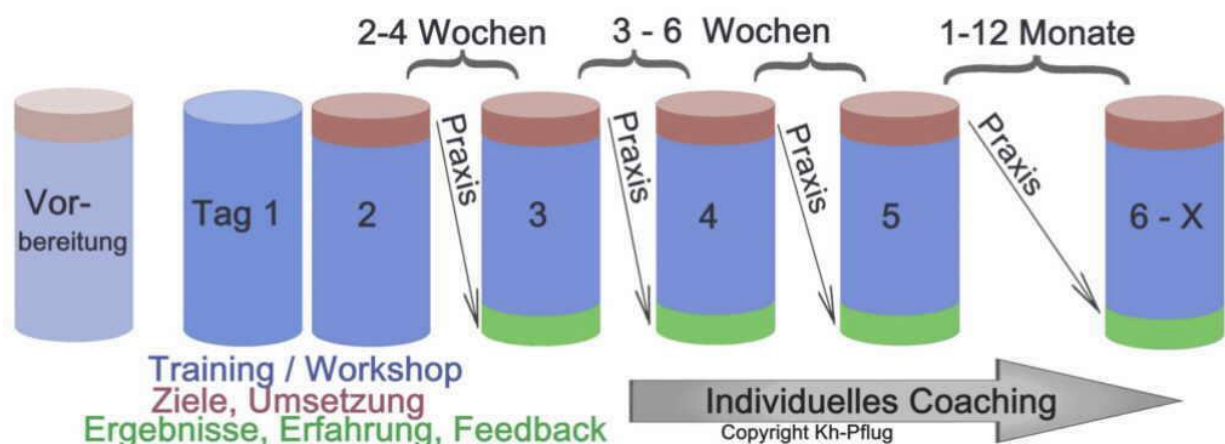
Wirkungsvoll und nachhaltig sind ergänzende eintägige Schulungen oder Workshops eventuell auch zu einem dann gerade aktuellen Thema. Diese eintägigen Veranstaltungen sollten im Abstand von 3 bis 6 Monaten stattfinden. Mindestens jedoch einmal pro Jahr.

Tip: Bewährt haben sich halb- oder eintägige Trainings regelmäßig, als Ergänzung zu Vertriebstagungen / Sales-Meetings z.B. auch als Kick-Off zu Jahresbeginn oder Produkteinführungen bzw. vor einer wichtigen Messe.

Teilnehmerzahl: ideal für 6 bis 12 (20) Personen, Großveranstaltungen auf Anfrage

Basis- und Hintergrundinformationen zu Psychologie und Methodik sind die Grundlage in meinem Verkaufstraining, angereichert mit vielen praktischen Beispielen aus der Erfahrung der Teilnehmer und meiner eigenen. Übungen im Trainingsraum, welche die realen Situationen simulieren, interaktive Übungen zwischen Trainer und Teilnehmern, Fallstudien angelehnt an Ihren Berufsalltag, Rollenspiele und vieles mehr erfolgen je nach Bedarf.

Um nicht wieder in die alten Verhaltensmuster, in den gewohnten Trott zurückzufallen, sind wiederholte, neuerliche Impulse sehr hilfreich. **Daher hat sich das Intervall-Training als am wirkungsvollsten herauskristallisiert.** Erst die Übertragung von der Theorie in die Praxis zeigt, wie das Geübte in der realen Welt funktioniert und was noch verbessert werden kann.



Verkaufstraining Intervalltraining

Honorar / Kosten

Mein **Honorar** für Verkaufstraining, Vertriebsstraining und Workshops ist kein Geheimnis und auf jeden Fall geringer als verschenkte Rabatte, nicht gewonnene Kunden oder nicht erhaltene Aufträge. Es richtet sich nach Thema, Umfang, Teilnehmerzahl und Häufigkeit

Mein Tagessatz ist abhängig von der Teilnehmerzahl um auch kleinen Teams eine kostengünstige Möglichkeit zu bieten.

Z. B. für 2 Personen 1680,- jede weitere Person 80,- Euro / Tag, mehr als 12 Personen auf Anfrage, jeweils zzgl. MwSt.

Selbstverständlich beinhaltet das Honorar für Ihr Seminar nicht nur die "Arbeitszeit" bei Ihnen vor Ort sondern die doch recht umfangreiche Vorbereitung zu der Thematik und für Ihr Seminar speziell, sowie Seminarunterlagen etc. und Nachbereitung.

Im Tagessatz

- Das Honorar für den Trainingstag, ca. 7 Stunden effektiv
- ein telefonisches Abstimmungsgespräch mit Ihnen vor dem Seminar
- Umfangreiche Seminarunterlagen für jeden Teilnehmer als Handout und als PDF
- Nachcoaching per E-Mail bis zu 3 mal je Teilnehmer innerhalb der folgenden 12 Monate
- Zusammenfassung von Arbeitsergebnissen mit Fotos der Flipcharts bzw. Pinnwände etc.

Der genannte Tagessatz gilt für die, von mir auf der Homepage angebotenen Seminarthemen und Inhalte. Spezielle, **individuelle Seminarthemen** oder **größere Gruppen** etc. auf Anfrage.

Reisekostenanteil 0,48 Euro je gefahrener Km zzgl. MwSt., nach Rücksprache mit Ihnen werden alternative Reisekosten (Flug/Bahn) berechnet. **Übernachtung** 100 € je Seminartag (bzw. alternativ Hotelbuchung durch Sie)

Honorar für Einzelcoaching 1600,- Euro je ca. 7-Sunden-Tag

Gerne unterbreite ich Ihnen ein individuelles Angebot für die Durchführung der gewünschten Trainingsmaßnahme, Workshop oder Coaching.

Senden Sie mir Ihre Anfrage und Sie erhalten einen verbindlichen Paketpreis, der sämtliche Kosten beinhaltet.



Vertriebs-Coaching on the Job

setzt da an, wo die Wirkung reiner Verkaufstrainings endet – und unterstützt alle Bereiche eines erfolgreichen Vertriebs. Das sind neben dem Verkaufsgespräch auch Haltung und Einstellung, Führung und Steuerung der Aktivitäten und der Vertriebsmitarbeiter, Zusammenarbeit innerhalb des Vertriebsteams und Planung des Tagesgeschäfts.

Als Coach bin ich Begleiter auf dem Weg zum dem von Ihnen gesteckten Ziel. Mit meiner Unterstützung entwickeln Sie Ihre optimierte Vorgehensweise im Vertrieb.

- In Rollenspielen mit mir als Sparringspartner z.B. Akquisegespräche, Verhandlungsabläufe, Argumentation und Überzeugung
- Im vertraulichen Gespräch und dem Lösen innerer Blockaden

Feldtraining, Tandembesuche

Auch gemeinsame Kundenbesuche führe ich gerne mit Ihnen (Ihrem / ihrer Mitarbeiter/-in) durch - **Feldtraining/Coaching** mit entsprechendem Feedback.

Strategieberatung für den Vertrieb

In einem Vorgespräch wird Beratungsziel und -inhalt erläutert und definiert sowie der Beratungsablauf, sowohl zeitlich als auch organisatorisch geklärt.

Sonderkonditionen bei umfangreicheren Projekten.

Siebenfacher Vorteil

Garantie 1: Spezialisierung

Meine Seminare sind auf den Verkaufsprozess für **Projektgeschäft, Investitionsgüter, beratungsintensive technische Produkte und Dienstleistungen Business to Business** zugeschnitten.

Dieser unterscheidet sich vom Verkauf in anderen Bereichen durch:

- technische und kaufmännische Argumentation
- meist höherwertige Güter
- mehrere Entscheidungsträger
- längere Entscheidungszeiträume
- kontinuierliche, langfristige Geschäftsbeziehung

Garantie 2: Authentizität

Sie bleiben authentisch, da Sie keine fremden Methoden adaptieren. Keine Dressur mit Verkäuferfloskeln oder manipulativen Tricks, Ihr eigener Stil und Selbstsicherheit werden gestärkt.

Garantie 3: Zeit und Geld sparen

Sie sparen Zeit und Kosten durch kompakte, intensive Seminare und Workshops, mit einem Informationsgehalt, den nur wenige Trainer erreichen.

Garantie 4: Wissen aus Erfahrung

Durch eigene mehr als 20 Jahre überdurchschnittlich erfolgreiche Praxis als Vertriebsingenieur und Verkaufsführungskraft kenne ich die Schwierigkeiten und Chancen im Vertriebsalltag. Sie haben die Sicherheit, dass ich als Ingenieur, Manager und Pionier, weiß wie „Kaufleute rechnen“ und „Techniker denken“.

Garantie 5: Schnelle Umsetzbarkeit

Alle Seminare und Workshops werden von mir persönlich entwickelt und geleitet. Sie haben die Sicherheit, dass ich so als versierten Trainer und Berater den Seminarverlauf der jeweils aktuellen Situation und den Interessen der Teilnehmer entsprechend anpassen kann. Geübt wird an Ihren Beispielen. Checklisten, Argumentationen und Leitfäden werden auf Ihr Tagesgeschäft zugeschnitten und können bequem am nächsten Tag direkt angewendet werden.



Garantie 6: Qualität – empfehlenswert!

99.6 % aller Teilnehmer empfehlen meine Seminare weiter!

Selbst Verkäufer die „schon alles wussten“ haben von meinen Seminaren profitiert.

Garantie 7: Nachhaltigkeit

Die Seminare haben einen hohen Wirkungsgrad und wirken nachhaltig, da der Lerntransfer durch zusätzliche Maßnahmen unterstützt wird:

- Zielvereinbarung vor dem Training,
- angenehme, angstfreie Lernatmosphäre die Freude an neuen Informationen bringt
- Zu Seminarbeginn Befragung der Teilnehmer nach aktuellem Wissensstand
- Wünschen der Teilnehmer zum Inhalt werden abgefragt und soweit möglich integriert,
- Methodenwechsel zur Steigerung der Aufmerksamkeit,
- Einzel- und Gruppenarbeiten, Fallstudien und Rollenspiele (freiwillig, im Dreier-Set)
- eigene Formulierungen werden entwickelt anstatt fremde zu übernehmen und einzuüben
- Übungen mit Beispielen aus der eigenen täglichen Praxis und nicht mit fiktiven Inhalten
- Wiederholung zum Seminarende bzw. „Mini-Prüfung“ mit Fragebogen
- Seminarunterlagen, Checklisten, Gesprächsleitfäden etc. für die tägliche Praxis,
- Feedbackrunde mit Aussagen zum Veränderungspotenzial
- Online-Zugriff auf Kh-Pflug Vertriebslexikon
- Literaturhinweise

Seminar-Themen

Verkaufs-Know-How für Techniker und Ingenieure

**Einstieg für junge Füchse,
Refresh für alte Hasen, neue
Impulse, aktuelle
Hintergrundinformationen
und Motivation**



Ob Sie Soft- oder Hardware, Maschinen, Anlagen, Projekte oder Rohstoffe verkaufen: Fachkenntnis ist für den Verkauf beratungsintensiver Produkte und Leistungen unentbehrlich. Doch sie alleine genügt nicht um den Kunden zu gewinnen und zur Kaufentscheidung zu führen.

Was dieses Training Ihnen bringt:

Sie lernen, sich, Ihr Unternehmen und Ihr Angebot besser "zu verkaufen". Sie entdecken, wie sie leichter akzeptiert werden und wie Sie bei Ihrem Kunden Wünsche und Anforderungen schneller erkennen. Sie lernen Methoden kennen, Ihre Selbstsicherheit zu steigern. Sie erfahren Schritt für Schritt, wie Sie die Wirkung Ihrer Präsentation erhöhen.

Zielgruppe:

Mitarbeiter im Verkauf (Innen- und Außendienst), Vertriebsingenieure, Techniker, technische Berater, die den Verkauf erklärungsbedürftiger Produkte unterstützen.

Themen:

Selbstverständnis und Motivation

- Verkäufer als Kundenpartner und Problemlöser
- Kommunikation, die Basis des Verkaufs
- Kleine Verkaufspsychologie

Der Verkaufszyklus

- Vorbereitung auf Kundenbesuche
- Systematische Besuchs- und Routenplanung
- Professionelle Terminvereinbarung am Telefon
- Für den ersten Auftritt gibt es keine zweite Chance:
- Selbstsicherheit fördern, Ängste überwinden, Körpersprache

- Die Kunst, sich in den Kunden hineinzudenken - dort abholen, wo er ist.
- Beachtung und die Wertschätzung des Kunden sind kaufentscheidend
- Der Verkäufer als Gefühls- und Beziehungsmanager
- Aufbau von Sympathie und Vertrauen
- Fragen als verkäuferisches Analysewerkzeug,
- Kundenanalyse (Ansprechpartner, Bedarf, Interessen, Probleme, Ängste, Neigungen)
- Die "Sprache" des Kunden/Ansprechpartners treffen
- Wie Sie sich im Kopf des Kunden positiv "verankern"
- Lösungsvorschläge und Präsentation,
- Merkmal – Vorteile – Nutzen
- Komplexe Sachverhalte einfach darstellen
- Überzeugen statt überreden
- Kaufsignale erkennen
- Sicherheit im Umgang mit Leistung und Preis
- Angebote gezielt erstellen und wirksam nachfassen
- Sicherheit im Umgang mit Gegenpositionen
- Vorwände erkennen, Einwände als Verkaufschance nutzen
- Der Abschluss ist der Anfang - Abschluss-Sicherheit, Abschlusstechniken
- DANKE - Nach dem Auftrag ist vor dem Auftrag
- Auf Vertröstungen und Absagen richtig reagieren
- Reklamationen, Beschwerden und ihre Chancen
- Mehr Umsatz durch Komplett- und Zusatzverkäufe

Erfolg ist Planbar

- Den persönlichen Erfolg systematisch planen
- Sich mental und emotional auf Ziele und Ergebnisse fokussieren
- Mehr Selbstsicherheit
- Sich selbst und andere motivieren

Auch als offenes Seminar drei Tage



Presales und Aftersales für technisch orientierte Mitarbeiter

Was dieses Training Ihnen bringt:

Servicemitarbeiter, Berater, Projektmanager haben oftmals häufiger und enger Kontakt zu den Mitarbeitern Ihres Kunden als der Vertrieb. Zum einen prägen die Fachmitarbeiter das Bild Ihres Unternehmens beim Kunden und zum anderen sind sie sehr oft an der Quelle der Informationen.

Kein typisches Verkaufstraining

Es geht in diesem Training nicht darum aus Service-Mitarbeitern Verkäufer zu machen oder ihnen zusätzliche Aufgaben aufzubürden, sondern ihnen die Kommunikation mit den Kunden zu erleichtern, zielgerichteter zu gestalten und als "Abfallprodukt" wichtige Informationen für zukünftige Geschäftsanbahnungen zu sammeln.

Solche Informationen können sein:

- Welche Kundenprodukte werden forciert, gestoppt?
- Welche Produktionen werden erweitert oder verlagert?
- Investitions- und Produktionsplanungen, Bauliche Erweiterungen
- Beurteilung von Leistungen, Produkten und Lieferanten u.v.m.

Zielgruppe: Fachspezialisten, Anwendungsberater, Kunden-Service, Projektmanager

Themen:

Kundenorientiert denken und handeln

- Wer ist der Kunden? Bittsteller, König oder Partner

- Wer sind die Kontaktpersonen und Ansprechpartner
- Was erwarte er/sie?
- Wie ist Kundenzufriedenheit Messbar?

Kommunikation mit dem Kunden

- Welche „ Sprache“ versteht er/sie?
- Professionell am Telefon, gezielt fragen, aktiv zuhören
- Stimmung und Inhalt, Nonverbale Kommunikation und Atmosphäre
- Wie sich der Kunde Informationen besser und länger merken kann
- Psychologische Aspekte im Umgang mit Kunden

Besonderheiten bei Großkunden und Key-Accounts

- Buying-Center, Entscheidungsstrukturen
- Organisation, Abläufe, Verflechtungen und Hierarchie beim Kunden
- Gruppendynamik, Meinungsmacher

Persönliche Aspekte

- Erscheinungsbild, Auftreten, Selbstsicherheit
- Auf Du und Du? Kann eine Kundenbeziehung zu persönlich sein?
- Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft, gesetzliche, steuerliche und moralische Grenzen

Systematisierung des Beziehungsmanagements

- Hilft Software die Beziehung zu verbessern?
- Anforderung an CRM-Systeme und Tools
- Welche Daten werden benötigt, welche sind zusätzlich sinnvoll, Achtung **Datenschutz**
- Aufwand für Installation und Datenpflege
- Wer pflegt die Inhalte, wer nutzt sie?
- Integration in interne Abläufe Kaufbedürfnisse verstärken, Nutzenargumentation intensiv Value-Selling, Value-Proposition, Wertdarstellung
- Einsatz von Value-Added-Konzepten

drei Tage

Akquise leicht gemacht, Neukunden schnell gewinnen

Es ist immer der erste Kontakt, der die Weichen für eine positive Grundstimmung des Kunden stellt und damit den gesamten weiteren Verlauf nachhaltig bestimmt.



Auf diesen ersten Kontakt sollten Sie sich so vorbereiten, dass Sie selbstsicher, authentisch und überzeugend sind.

Fällt Ihnen der Griff zum Telefonhörer leicht, wenn Sie ein Akquise-Gespräch führen möchten? Bereits das Wort „Akquise“ treibt selbst manchem Profi den Schweiß auf die Stirn. Wen rufen Sie an? Wissen Sie, wie Sie ein Gespräch so einleiten, dass es für den Zuhörer sofort interessant und spannend klingt? Und wie geht es jetzt weiter?

Was Sie in diesem Seminar gewinnen:

Voraussetzungen, Techniken und Einfühlungsvermögen für die Akquise werden in diesem Seminar Schritt für Schritt trainiert um Ihre Erfolgsquote deutlich zu erhöhen. Es zeigt Ihnen dass Akquisition sogar Spaß macht. Sie üben Formulierungen, die ihnen die Terminvereinbarung oder Frage nach dem Auftrag erleichtern. Sie lernen Methoden kennen, Ihre Selbstsicherheit zu steigern.

Zielgruppe:

Mitarbeiter, im Innen- und Außendienst, Freiberufler, Selbstständige die neue Kunden gewinnen möchten.

Themen:

- Selbstverständnis und Motivation
- Definition Zielgruppe, Ansprechpartner
- Quellen für Adressen (Kauf, Qualität, Aktualität, andere Quellen)
- Aufbau oder Fremd-Nutzung von Datenbanken
- Empfehlungsmanagement
- Networking
- Mailing / E-Mailing, Fax (rechtliche Seite, Wirksamkeit, Streuung)
- Auswahl der Ansprechpartner, Vorgehensweise,
- Qualifikation von möglichen Neukunden (ABC-Analyse)

- Fragetechniken
- Telefonakquise und Nachfassen von Mailings
- Sie haben 25 Worte und dreißig Sekunden um einem "Entscheider" Ihre Idee vorzutragen - wie gehen Sie vor?
- Reduktion, Klarheit, Wahrheit
- Einstieg ins Telefonat - 15 Sekunden für die Aufmerksamkeit
- Erfolgsrezept Telefonleitfaden
- Bedürfnisse des Kunden und Nutzen-Argumentation
- Präsentation des Angebots
- Der Schritt zur Terminvereinbarung oder zum Auftrag
- Umsetzen des Erarbeiteten anhand von Übungen, Rollenspielen und Übungstelefonaten
- Live Telefonate mit Ihren Adressen (wenn gewünscht)

Methoden:

Theoretische Grundlagen, praxisnahe Übungen, Moderation, Diskussion Das Seminar wird konsequent in einem lebendigen Workshop-Stil gehalten, damit ein maximaler Lerneffekt möglich ist. Während des Seminars erarbeiten Sie Lerninhalte wie z.B. auch Ihren eigenen Telefonleitfaden direkt an eigenen Praxisbeispielen, so dass Sie in der Lage sind, das Gelernte am nächsten Tag sofort umzusetzen.

Zwei Tage

Wirksame, überzeugende Präsentation

Technische Lösungen überzeugend präsentieren

Auch beim technischen Vertrieb und im beratungsaktiven

Verkaufsgespräch muss die Verpackung stimmen und entscheidet oft über den Auftrag. Das "technisch Machbare" auf den Kundennutzen zu konzentrieren ist eine besondere Herausforderung, diese technischen Lösungen dann auch noch verständlich zu vermitteln, ist eine Kunst.

Mit diesem Seminar lernen Sie, die Wirkung Ihres Auftritts zu erhöhen, das Interesse beim Kunden zu wecken und Begeisterung zu erzeugen.

Was dieses Training Ihnen bringt:

Sie lernen, sich, Ihr Unternehmen und Ihr Angebot besser "zu verkaufen". Sie entdecken, wie sie leichter akzeptiert werden und wie Sie bei Ihrem Kunden Wünsche und Anforderungen schneller erkennen. Sie lernen Methoden kennen, Ihre Selbstsicherheit zu steigern. Sie erfahren Schritt für Schritt, wie Sie die Wirkung Ihrer Präsentation erhöhen.

Zielgruppe:

Mitarbeiter im Verkauf (Innen- und Außendienst), Vertriebsingenieure, Techniker, technische Berater, die den Verkauf erklärungsbedürftiger Produkte unterstützen.



- Die Wirkung von Sprachdynamik, Tempo und Pausen
- Mit prägnanter Sprache und klarem Ausdruck zum Verkaufserfolg
- Einsatz technischer Hilfsmittel und Methoden
- Argumentation, Reizworte, Fragetechniken
- Aufmerksamkeit wecken, Interesse und Spannung aufbauen, Zuhörer aktiv einbinden

Anfang und Ende der Präsentation:

- Anfang oder Ende einer Kundenbeziehung?
- Typische Fehler bei Präsentationen technischer Inhalte
- Die Kurzpräsentation: das Wesentliche in Kürze ...

Methoden:

Trainer-Input, Moderation, Einzel- und Gruppenarbeit, Praktische Übungen, Praxisorientierte Fallstudien, Rollenspiele (freiwillig, situationsbezogen) Das Vertriebstaining wird konsequent in einem lebendigen Workshop-Stil gehalten, damit ein maximaler Lerneffekt im Vertriebstaining möglich ist. Während des Seminars erarbeiten die Teilnehmer/innen die Lerninhalte direkt an eigenen Praxisbeispielen, so dass sie in der Lage sind, das Gelernte am nächsten Tag sofort umzusetzen.

Wenn Sie möchten, erhalten Sie einen Videomitschnitt ihrer persönlichen Präsentation(en)

zwei Tage

Grundlagen der Präsentation:

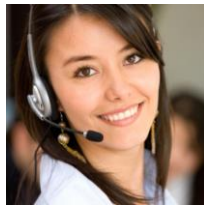
- Informationsaufnahme und Verarbeitung, Entscheidungsprozesse beeinflussen
- Wirkung der verbalen und nonverbalen Kommunikation
- Einsatz der richtigen Sprache: Formulierungen und Ausdrucksweise
- Informationen beim Empfänger verankern
- Zielgruppe(n) und Fachvokabular
- Stolpersteine der Informationsvermittlung zwischen Technikern und Nicht-Technikern

Inhalt, Menge, Zeitumfang und Intensität der Präsentation:

- Das richtige Maß finden!

Sicher und effizient am Telefon

Das Telefon ist nicht nur die Visitenkarte Ihres Unternehmens sondern auch das wichtigste Werkzeug im Verkauf, im Service und in der Beratung. Das Image eines Unternehmens wird vom Verhalten der Mitarbeiter am Telefon maßgeblich geprägt.



Auch zur Kundengewinnung ist das Telefon ideales Instrument. Die Akquisition am Telefon ist ein Schlüssel zu Besuchsterminen beim Kunden oder zu einem Auftrag. Ängste verlieren durch systematische Planung von Gesprächen, kundenorientiert und professionell telefonieren sind Hauptziele dieses Seminars.

Meine Telefontrainings sind für individuelle Gespräche, nicht für Routinegespräche à la Call-Center konzipiert.

Zielgruppe:

Alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt im Telefonverkauf, Innen- und Außendienst. Selbst "alte Hasen" finden in diesem Seminar Informationen, um sich am Telefon effizienter verhalten zu können.

Themen:

- Was ist bei eingehenden Telefongesprächen zu beachten?
- Sich professionell melden
- individuell und authentisch bleiben
- Der Name als Schlüssel
- Interesse des Kunden
- Besonderheiten beim Verkaufsgesprächen am Telefon
- Wie wirkt meine Stimme am Telefon? Stimme als Wirkungsfaktor
- Merk- und Speicherfähigkeit
- Kommunikation, die Macht der Worte
- Fehlende Kommunikationskanäle am Telefon
- Erarbeitung eines Gesprächsleitfadens z.B. für die Akquise für das Nachfassen von Angeboten
- Wie finde ich den richtigen, kompetenten Ansprechpartner Gesprächseröffnungen
- Fragetechnik - Fragekunst als Weg zum Verkaufsabschluss

- Interesse wecken - Vorteile zeigen - Nutzen bieten
- Einwandbehandlung, Entdecken von Vorwänden
- Beschwerde als Chance nutzen
- Was ist Wut, wie entsteht sie , mit welchen Folgen
- vom beleidigenden und wütenden Anrufer zum zufriedenen Kunden
- schwierige Anrufer (Dauerredner, schwer verständliche, verschlossene)
- Formulierungen, die das Leben leichter machen
- Praktische Übungen am Übungs-Telefon mit Feedback
- (Die Gespräche werden aufgezeichnet und analysiert)

Methoden:

Theoretische Grundlagen, Übungs- oder Live-Telefonate, Moderation, Diskussion, Fallstudien und Rollenspiele (freiwillig)

Das Seminar wird konsequent in einem lebendigen Workshop-Stil gehalten, damit ein maximaler Lerneffekt möglich ist. Während des Seminars erarbeiten Sie Lerninhalte direkt an eigenen Praxisbeispielen, so dass Sie in der Lage sind, das Gelernte am nächsten Tag sofort umzusetzen.

Als Firmenseminar: Ein Tag, mit Live-Telefonaten 2 Tage

Vertriebspsychologie - der Schlüssel zum Kopf Ihres Kunden

Ihre Partner und Kunden sind Menschen, sie handeln nicht logisch sondern psychologisch. Nicht erst seit die moderne Neurobiologie dies bewiesen hat wissen wir, dass Entscheidungen nicht ausschließlich nach logischen Gesichtspunkten getroffen werden. Bei Werbe- und Marketingfachleuten gilt der Slogan "Durch den Bauch in den Kopf".



Gilt dies auch für den technischen Vertrieb?
Wie kommen wir als Verkäufer ins Bewusstsein von Käufern?
Oder sogar ins Unterbewusstsein?
Wie können wir Informationen dort langfristig verankern?
Warum kaufen Kunden? Warum kaufen sie nicht?
Wie trifft Mensch Entscheidungen?
Antworten darauf finden Sie in diesem Seminar.

Zielgruppe:

Unternehmer, Selbstständige, Führungskräfte und Vertriebsmitarbeiter, im Innen- und Außendienst, die wissen möchten, was im Kopf ihrer Kunden passiert und damit ihre Verkaufstätigkeit bewusster und effizienter gestalten möchten.

Themen:

- Unterschied zwischen Logik und Psychologik
- Psychologische Grundlagen für den Verkaufsalltag
- Informationsaufnahme und Wahrnehmung des Menschen
- Verbale und nonverbale Kommunikation
- Gehirngerechte Kommunikation
- Ausdruck und Körpersprache steuern und bewusst einsetzen
- Selbstsicherheit, Selbstvertrauen und Optimismus gewinnen
- Wie Sie Informationen beim Kunden "verankern" - einen Logenplatz im Kundenhirn
- Wirkung von Fakten, Gefühlen
- Die Macht der Worte
- Warum ein Bild mehr wirkt als 1000 Worte

- Der Mensch glaubt, was er denkt - und denkt, was er glaubt
- Der Entscheidungsprozess des Gesprächspartners in seiner Abhängigkeit von Ratio und Emotion "
- Kampf- und Fluchtreaktion
- Die psychologischen Hintergründe der Entscheidungsfindung richtig erkennen und nutzen
- Warum Menschen kaufen (oder nicht)
- Kaufmotive und Nutzen
- Der Grenznutzen zum Sparen
- Ist Geiz geil?
- Preispsychologie
- Der Kunde ist "programmierbar"
- Der Neandertaler in uns - aktuelle Auswirkungen der Evolution
- Warum Thesen (fast) automatisch Widerstände hervorrufen
- Von der Ablehnung zur neuen Betrachtung
- Kaufwiderstände und deren Ursache
- suggestive Beeinflussung und Manipulation - ist das sinnvoll?
- Wie Sie sich im Kopf des Kunden "verankern"

Methoden:

Theoretische Grundlagen, praxisnahe Übungen, Moderation, Diskussion, Fallstudien und Rollenspiele (freiwillig)

Das Seminar wird konsequent in einem lebendigen Workshop-Stil gehalten, damit ein maximaler Lerneffekt möglich ist. Während des Seminars erarbeiten Sie Lerninhalte direkt an eigenen Praxisbeispielen, so dass Sie in der Lage sind, das Gelernte am nächsten Tag sofort umzusetzen.

Als Firmenseminar: Ein Tag.

Messepräsentation und Kundengewinnung

Das Messetraining zur Vorbereitung auf Ausstellungen, Fach-, und Investitionsgütermessen

Möchten Sie auf der Messe nur „dabei sein“, Bestandskunden bewirten und Visitenkarten sammeln – oder möchten Sie Neukunden, Anbahnungen und Aufträge?



Der Erfolg auf der Messe und hängt in erster Linie von den Mitarbeitern auf dem Stand, ihrer Einstellung und Vorbereitung ab. Ein noch so repräsentativer Stand nutzt nichts, wenn das Standpersonal nicht das bestmögliche aus den Besuchern "herausholt". Manchmal werden Besucher beraten, die keinerlei Bedarf haben oder die Präsentation erfolgt wie im Alltagsgeschäft und ist damit bereits auf dem nächsten Messestand vergessen. Ein Berg von Visitenkarten und Adressen zeugt bestenfalls von der "so erfolgreichen" Messepräsenz.

Zielgruppe:

Alle Mitarbeiter auf dem Messestand.

Themen:

Was will ich erreichen?

- Klare Messeziele
- Neukundengewinnung / Altkundenbetreuung, 2 verschiedene Strategien
- Sicheres, persönliches Auftreten
- Do's und Dont's auf der Messe

Wie kommen mehr Besucher auf den Stand?

- Was zieht Messebesucher an?
- Was schreckt Besucher ab?
- Was tun bei überfülltem / leerem Stand?
- Events und Aktionen die Besucher und Adressen bringen
- Harmonische, motivierende Ansprachemethodik
- Verkaufspsychologie für die Messe
- "Spielregeln" und Erscheinungsbild

Wie erkenne ich in 30 Sekunden einen wirklich wertvollen Besucher?

- Messezeit ist teuer, Priorität den wichtigen Besuchern
- Schnelle Prüfung von Interessen, Kaufbereitschaft und Kompetenz
- Wie werden Sie einen Dauerredner wieder "los"?
- Was tun, wenn der Kunde oder Besucher warten muss?

Wie präsentiere ich trotz Informationsflut nachhaltig einprägsam?

- Informationsgewinnung mit Turbofragen
- Eine gezielte Produktpräsentation unvergesslich machen
- In unentschlossenen Besuchern Kauflust wecken
- Vorwänden enttarnen und Einwänden in Kaufwunsch verwandeln

Bereits auf der Messe Termine, Anbahnungen, Aufträge?

- Der kleine, große Vorteil
- Referenzen / Empfehlungen
- Messerabatt, die teuerste Methode

Wie sichere ich die Ergebnisse der Messe?

- Dokumentation und Nachbearbeitung
- Messenotiz , Visitenkarten
- ... die guten ins Töpfchen ... jetzt werden Schätze gehoben
- Messe- Resümee

- Was tun, wenn Sie am Messestand müde werden?
- Bewältigung von Messestress

Methoden:

Theoretische Grundlagen, praxisnahe Übungen, Moderation, Diskussion, Fallstudien und Rollenspiele (freiwillig)

Das Seminar wird konsequent in einem lebendigen Workshop-Stil gehalten, damit ein maximaler Lerneffekt möglich ist. Während des Seminars erarbeiten Sie Lerninhalte direkt an eigenen Praxisbeispielen, so dass Sie in der Lage sind, das Gelernte am nächsten Tag sofort umzusetzen.

Zwei Tage

Closing - Abschlusstechnik, Abschlussicherheit, Abschlussstärke

Damit aus Angeboten Abschlüsse werden Sie haben bei einem neuen Kunden oder neuen Projekt viel Zeit und Energie in Beratungen, Präsentation und Angebote verwendet - doch der Auftrag geht an den Wettbewerb! Frustrierend, aber vermeidbar! (nicht immer, aber immer öfter)



Ein gutes Produkt und eine intensive Beratung alleine genügen meist nicht, um den Auftrag an Land zu ziehen.

Eröffnung und Verkaufsabschluss gelten als die schwierigsten Phasen in einem Verkaufsgespräch. Einerseits möchten wir dem Kunden zur Entscheidung verhelfen, andererseits kann durch zu forsches Vorgehen das Vertrauen leiden. Doch nur durch Verkaufsabschlüsse können wir Geld verdienen.

Was das Seminar Ihnen bringt:

Voraussetzungen, Techniken und Einfühlungsvermögen werden in diesem Seminar trainiert um Ihre Abschlussquote deutlich zu erhöhen. Sie üben Formulierungen, die Ihnen die Frage nach dem Auftrag erleichtern. Sie lernen Methoden kennen, Ihre Selbstsicherheit zu steigern.

Zielgruppe:

Mitarbeiter, im Innen- und Außendienst, die ihre Kreativität und Abschlussquote erhöhen wollen.

Themen:

- Der Abschluss ist der Anfang
- Wie sie für "Closing" Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen gewinnen
- Vorbedingungen für den Abschluss
- Entscheidungsverhalten, Ratio und Gefühle
- Ohne Abschluss kein Verkauf
- einfacher und schneller zum Abschluss kommen
- Achtung: der Kunde sendet Kaufsignale
- Test- und Abschlussfragen

- Wer gehört zum "Buying-Center" und welche Rolle spielt er ", Wer ist der wirkliche Entscheidungsträger
- Störfaktor Preis
- Zusammenfassung und Argumentation
- Mehr Sicherheit beim Abschlussgespräch
- Mehr Erfolg mit der richtigen Einstellung und dem richtigen Verhalten beim Kunden
- Fakten für den Abschluss nutzen
- die richtigen Abschlusstechniken zur rechten Zeit
- Abschlusstechnik alleine genügt nicht
- Typische Fehler, die den Abschluss blockieren
- Missglückt, was nun? Das Ende ist nicht das Ende!

Methoden:

Theoretische Grundlagen, praxisnahe Übungen, Moderation, Diskussion, Fallstudien und Rollenspiele (freiwillig)

Das Seminar wird konsequent in einem lebendigen Workshop-Stil gehalten, damit ein maximaler Lerneffekt möglich ist. Während des Seminars erarbeiten Sie Lerninhalte direkt an eigenen Praxisbeispielen, so dass Sie in der Lage sind, das Gelernte am nächsten Tag sofort umzusetzen.

Für erfahrene Mitarbeiter, ein Tag

"Der Geschäftsabschluss ist lediglich das Ende der "Brautwerbung", an die die Ehe anschließt. Wie gut die Ehe wird, hängt davon ab, wie sie der Verkäufer gestaltet."

Ted Levitt, amerikanischer Marketing-Experte

Umgang mit schwierigen Kunden und Partnern

Oftmals sind Telefonate oder persönliche Gespräche mit enttäuschten, wütenden aber auch unentschlossenen Gesprächspartnern eine echte Herausforderung.



Im Extremfall haben Sie es mit Nörgler, Lügner zu tun oder Menschen, die Sie durch zynische Bemerkungen verunsichern oder Ihre Ideen nicht gelten lassen. Zukünftig möchten Sie mit diesen Menschen gelassener umgehen, egal ob Kunden, Lieferanten oder sogar Kollegen.

Was dieses Training Ihnen bringt:

Energie und Zeit zu sparen, Nerven zu schonen ist das Ziel dieses Seminars!

Zielgruppe:

Mitarbeiter im Verkauf (Innen- und Außendienst), Vertriebsingenieure, Techniker, technische Berater, die den Verkauf erklärungsbedürftiger Produkte unterstützen.

Themen:

- Warum ist der Umgang mit manchen Menschen schwierig?
- (Faktoren, die das Handeln beeinflussen)
- Kommunikation und Wahrnehmung
- Ursachen von Konflikten
- Erkennen der wichtigsten Problem-Typen und ihrer Taktiken
- Strategien für das eigene Verhalten (Fassung bewahren, Redewendungen, Antworten)
- Methoden, mit Ärger umzugehen
- Reaktion auf verbale Angriffe (Verbal-Judo)
- Reklamationen als Chance

Als Firmenseminar: ein Tag

Effektiverer Vertrieb durch Kundenbewertung

Um Zeit für Neukundengewinnung zu haben und Key-Accounts nicht zu vernachlässigen, ist eine regelmäßige Bewertung bzw. Klassifizierung aller Kunden unerlässlich. Die klassische Bewertung allein nach Umsatz ist fraglich.



Zielgruppe:

Führungskräfte und Vertriebsmitarbeiter, im Innen- und Außendienst, die ihre Effektivität im Kundenkontakt erhöhen wollen.

Themen:

- Pareto Regel (80 : 20)
- Wie sieht der "Wunschkunde" aus?
- Kundenstruktur
- ABC-Analyse und andere Methoden
- Kriterien für die Kundenbewertung (Gewinn, Lieferanteil, Zahlungsmoral, Unternehmensgröße, Wachstum, etc.).
- Welcher Kunde kostet mehr als er einbringt?
- Kurzfristige und langfristige Betrachtung
- Bewertungsverfahren
- Konsequenz der Bewertung

Eintägiger firmeninterner Workshop mit Trainer-Input, mit Rollenspielen zwei Tage

Überzeugungskraft aufbauen und stärken

Jede gute Idee, jede richtige Meinung und jeder zukünftige Erfolg braucht Überzeugungskraft. Nur wenn Sie auch andere Menschen überzeugen, werden Sie erfolgreich sein. Aber auf welchem Wege wirken wir besonders überzeugend?



Was das Seminar Überzeugungskraft Ihnen bringt:

Voraussetzungen, Techniken und Einfühlungsvermögen werden in diesem Seminar trainiert um Ihre Überzeugungskraft deutlich zu erhöhen. Sie üben Formulierungen und Methoden, die es ihnen deutlich erleichtern überzeugend zu sein. Sie lernen Methoden kennen, Ihre Selbstsicherheit zu steigern.

Zielgruppe:

Mitarbeiter, im Innen- und Außendienst, die ihre Überzeugungskraft erhöhen wollen.

Themen:

Persönliche, unternehmerische Voraussetzungen um zu überzeugen

- Die Überzeugung kommt von innen
- Wie sie für "Überzeugungskraft" Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen gewinnen
- Bedeutung der nonverbalen Kommunikation
- Argumente, Merkmale, Vorteile, Nutzen
- Wer gehört zum "Buying-Center" und welche Rolle spielt er
- Wer ist / sind wirkliche Entscheidungsträger
- Psychologische Aspekte der Überzeugungskraft
- Kognitive Dissonanz und Konsonanz
- Vorlieben und Abneigungen,
- Konsistenz und Reziprozität
- Wirkung von Begründungen, die Menschen überzeugen
- Vom bekannten zum Unbekannten
- Wie viel Information verträgt der Mensch
- Überzeugung braucht Zeit
- Menschliches Entscheidungsverhalten
- "ansteckende" Verhaltensweisen
- Meinungsmacher, Rudelführer
- Überzeugen über Zeugen, Referenzen ,Empfehlungen
- Neutrale "Sachverständige"

- Beispiele, Geschichten, Vergleiche
- Selbst ausprobieren
- Rhetorische Werkzeuge der Überzeugung
- Rhetorischer Dreisatz , Rhetorischer Fünfsatz
- Prägnante Sprache
- Bildhafte Sprache
- Die Pascal Überzeugungstechnik
- Warum Argumente von außen wenig wirken
- Wie der Kunde die wirkungsvollsten Argumente selbst findet
- Warum Ihr Kunde seine neu gewonnene Meinung verteidigt und im eigenen Unternehmen verbreitet
- Wie Sie Verbündete gewinnen
- Sie müssen dem Kunden nur noch zustimmen

Methoden:

Theoretische Grundlagen, praxisnahe Übungen, Moderation, Diskussion, Fallstudien und Rollenspiele bezogen auf Ihre Thematik, Das Seminar wird konsequent in einem lebendigen Workshop-Stil gehalten, damit ein maximaler Lerneffekt möglich ist. Während des Seminars erarbeiten Sie Lerninhalte direkt an eigenen Praxisbeispielen, so dass Sie in der Lage sind, das Gelernte am nächsten Tag sofort umzusetzen.

Ergänzend zu anderen Themen ein bis zwei Tage

Vertriebsplanung, Forecast (Workshop)

Die Vertriebsplanung oder Forecast wird im Vertrieb für die Planung der Vertriebsziele verwendet. Dabei werden aus vergangenheitsbezogenen Daten und aktuellen und zu erwartenden Entwicklungen voraussichtliche verkaufsdatenermittelt. Dies kann pro Kunde, nach Vertriebsgebieten nach Produktgruppen oder pro Vertriebsmitarbeiter erfolgen. Diese Prognose wird dann auf unterschiedlichste Art und Weise dargestellt, wie z.B. erwartetes Umsatzplus pro Vertriebler, Erlössteigerung pro Produktgruppe, Geplante Umsatzsteigerung gesamt und prozentual im Vergleich zu Vormonat oder -quartal, etc.



Um die Zielformulierung bzw. Zielvereinbarung, Zwischenziel oder Meilenstein für den Vertrieb Ihres Unternehmens zu ermitteln bzw. zu optimieren führen wir einen von mir moderierten intensiven eintägigen Workshop durch. Durch die Beteiligung von Vertriebsmitarbeitern an der Planerstellung fühlen sich diese dann auch für die Erfüllung der Planung verantwortlich.

Wir erörtern zudem, was zur Erreichung der Ziele erforderlich ist und wie dies gemessen werden kann.

Als Firmenseminar / Workshop (ein Tag)

BCT Pflug

Business-Coaching & Training
Karlheinz Pflug Dipl.-Wirtschaftsing. FH
Hauptmann-Hoffmann-Str. 25
D-76891 Erlenbach bei Dahn

Fon: +49 (0) 63 98 - 993117

Fax: +49 (0) 63 98 – 993129

E-Mail info@kh-pflug.de

Alleinstellungsmerkmale, USP, Differenzierung zum Wettbewerb

Um sich aus der Uniformität der Masse herauszuheben ist es erforderlich, Schwerpunkte, Besonderheiten und Einzigartigkeiten (USP = unique selling proposition =



Alleinstellungsmerkmal) zu erkennen und sich und den anderen klar und transparent deutlich zu machen.

Jedes Unternehmen und jeder Mitarbeiter ist anders. Es kommt darauf an, dem potenziellen Kunden klar zu machen wo und wie. Nur so können diese den Unterschied erkennen und für sich bewerten. Je griffiger und eindeutiger die Einzigartigkeit des Unternehmens formuliert werden kann, desto wirkungsvoller ist sie als Kundenargumentation und zur Abgrenzung gegenüber den Mitbewerbern.

In diesem Workshop erarbeiten wir Ihre Unterscheidungsmerkmale im Hinblick auf

- Personen / Mitarbeiter
- Das Unternehmen
- Produkt und Dienstleistungen
- Markt (Positionierung)

Anschließend ermitteln wir die Vorteile, die sich für Ihre Kunden ergeben und setzen diese dann in emotional wirksame Nutzenargumente um.

Letztendlich geht es um die Frage des Kunden:

Warum soll ich ausgerechnet bei Ihnen kaufen?

Workshop ein bis drei Tage

Urheberrecht der verwendeten Bilder bei fotolia.de, iStockphoto.com und Karlheinz Pflug

Vertriebs-Seminare

Hier ein paar Kunden-Meinung

Sehr geehrter Herr Pflug,

wir möchten Ihnen an dieser Stelle für die bisher durchgeführten Seminare mit unserer Vertriebsmannschaft danken.

Die anfängliche Skepsis unserer „alten Hasen“ hat sich zur vollen Akzeptanz gewandelt. Das „unser Trainer hat gesagt...“ immer wieder in Gesprächen erwähnt wird, zeigt mir, dass Ihre Anregungen ankommen und in Erinnerung bleiben.

Sobald unsere neue strategische Ausrichtung umgesetzt ist, werden wir wieder auf Sie zukommen, um die Seminarreihe fortzusetzen.

Mit freundlichen Grüßen

GmbH & Co
ungs-Systeme

ppa. Wolff

Sehr geehrter Herr Pflug,
Das Seminar ist selbst für einen erfahrenen Verkäufer eine echte Bereicherung.
Die spannenden Themen und neue wissenschaftliche Erkenntnisse wecken
Lust auf einen erfolgreichen Vertrieb.
Mit freundlichen Grüßen aus Reutlingen

Sehr geehrter Herr Pflug,

mit der geschäftlichen Entwicklung der ts-Group in diesem Jahr bin ich sehr zufrieden.

Alle beteiligten Mitarbeiter haben Ihre Schulungen positiv beurteilt und sind an einer Fortsetzung interessiert. Teilweise war die Umsetzung Ihrer Anregungen deutlich erkennbar.

Da Sie den Verkaufsprozess in den Seminaren komplett abgebildet haben möchten wir uns 2007 den Schwerpunkten „Umgang mit schwierigen Situationen“ wie von Ihnen vorgeschlagen in praktischen Übungen und Rollenspielen widmen. Ich denke hierbei an Themen wie Reklamationen, komplizierte Gesprächspartner und insbesondere Preiserhöhungen.

Termine kann ich Ihnen derzeit noch nicht nennen.

Wir freuen uns, auch 2007 mit Ihnen zusammen zu arbeiten.

Mit freundlichen Grüßen

Sehr geehrter Herr Pflug,

Zum Seminar: Verkaufs-Know-How für Techniker und Ingenieure

Das Seminar war sehr kurzweilig und informativ. Gut angekommen ist der integrative Vortragsstil. Durch aktive Teilnahme konnten alle Anwesenden miteinbezogen werden.

So wurden wir auf Schwierigkeiten, aber auch auf Stärken aufmerksam, die wir so vorher nicht kannten.

Ganz wichtig: Wir haben auf alle unsere Fragen Antworten bekommen, es blieb nichts offen.

Wir werden mit Sicherheit auch in Zukunft immer wieder auf Sie zurückgreifen.

Mit freundlichen Grüßen aus Reutlingen

Dr. Reinhard

* ging so schnell vorbei ☹️

was ich noch sagen möchte:

* habe viele neue Impulse bekommen!

* sehr angenehmes Klima während des Seminars, Sie haben uns richtig verwöhnt! ☺️

⇒ * freue mich auf das nächste Seminar!

