

Strategisches Verkaufen

Strategie und Taktik im Verkauf von Industrieanlagen



In diesem Modul erfahren Sie...

- Grundlegendes über Kaufmotive und Entscheidungsprozesse
- Wesentliches über formelle und informelle Rollen im Vertriebsprozess
- Wie „der Kunde“ aus verkaufsstrategischer Sicht analysiert wird und welche Erkenntnisse sich daraus ableiten lassen
- Warum die Schnittstelle zwischen Vertrieb und Abwicklung im Industrieanlagenbau kritisch ist

Aufbau & Inhalt

- Kultur, Organisation und Prozesse der Kunden von Anlagenbauern
- Anlagenbauer und Betreiber, Engineer und Consultant – wichtige Unterschiede zwischen projekt- und prozessgesteuerten Organisationen und ihre Konsequenzen für den Verkaufsprozess
- Kaufmotive
- Detailanalyse der Stakeholder: Kunde, Wettbewerber, interne Stakeholder: Kaufbeeinflusser und Entscheider
- Sales Cockpits und Sales Pipeline
- Rituale und Symbole, Subtext und Verhandlungsphasen vom Vertrieb bis zur Abwicklung
- Up- and Cross-Selling in der Abwicklung

Zielgruppe

- Vertriebsmanager und Vertriebsmitarbeiter
- Projekt Manager in der Abwicklung
- Commercial- und Contract Manager



Bild: iStock Rawpixel



Ansatz: Durch professionellen Theorieinput und aktives Arbeiten an realen Projekten der Teilnehmer wird eine hohe Umsetzungskompetenz erzielt.



Dauer
• 1,5 Tage