



Competitive Sales – Sales-DNA 4.0

Nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit im Vertrieb etablieren

Interviews, Win- / Loss-Analysen, Prozess-Analysen, Workshops, Auswertung

Zielgruppe

Das Thema Competitive Sales – Sales DNA ist für fortgeschrittene Teilnehmer und Teams aus Firmen gedacht, die sich mit dem Vertrieb von anspruchsvollen Dienstleistungen, Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 beschäftigen.

Im Idealfall nehmen vollständige Teams teil d.h. Account- Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Produktmanager, Service-Manager, Marketing-Spezialisten und Berater.

Ausgangslage

Um nachhaltige Resultate zu generieren, reicht es nicht "gut" zu sein. Unabhängig davon, wie viel bereits in Schulungen und Seminare investiert worden ist, nach welcher Strategie oder Methodik gearbeitet wird oder welches CRM-System zum Einsatz kommt: entscheidend ist, ob die Organisation wettbewerbsfähig ist und ob sich damit nachhaltige Resultate erzielen lassen.

In der Praxis werden Entscheidungen über mögliche Prioritäten und Optimierungen aufgrund fehlender objektiver Kriterien viel zu oft der subjektiven Einschätzung einzelner Entscheider überlassen. Das führt bei Personalwechslern zu Hin- und Her-Entscheidungen, zu wenig Kontinuität, wenig Nachhaltigkeit und letztlich zu Veränderungsmüdigkeit der betroffenen Funktionen.

Programmziele

Auf einer sachlichen, objektiven und nachvollziehbaren Basis wird in Zusammenarbeit mit Schlüsselpersonen des Kunden eine „Sales-DNA“ zum Stand der aktuellen Wettbewerbsfähigkeit erarbeitet, aufbereitet und zusammen mit einer Empfehlung dokumentiert.

Die Teilnehmer erarbeiten eine Uebersicht zum aktuellen Stand der Wettbewerbsfähigkeit der Organisation. Dabei werden Prozesse, Kennzahlen und Systeme abgefragt, getestet (evtl. unter Mithilfe von Kunden) und mit Erfahrungswerten der Branche und des Wettbewerbs verglichen. Daraus werden die „grössten Hebel zu nachhaltigen Resultaten“ und Aktionspläne zur weiteren Optimierung der Organisation herausgearbeitet.

Programm-Schwerpunkte

- Vertriebs-Strategie
- Vertriebs-Management
- Kundenbeziehungs-Management
- Informations-Management

Nutzen

- **Nachhaltige Optimierung** – Statt individueller Wahrnehmung und individueller Kriterien werden aufgrund von nachvollziehbaren, objektiven Kriterien der „grösste Hebel zu nachweisbaren Resultaten“ identifiziert und gemeinsam Schwerpunkte zur weiteren Optimierung der Organisation festgelegt.
- **Akzeptanz und Commitment der Teilnehmer** – Durch die Mitarbeit von Schlüsselpersonen aus der Kundenorganisation wird ein Entscheid über eine weitere Optimierung breit abgestützt und auf einer objektiven und nachvollziehbaren Faktenlage getroffen. Die Bereitschaft zu einer nachhaltigen Mitarbeit steigt.
- **Umsatz erhöhen** – Im Programm werden Aktionspläne für Einzelpersonen, ganze Teams bzw. Firmen erarbeitet und durch Kennzahlen nachvollziehbar gemacht. Sie erleben abteilungsübergreifende Teamarbeit unter Profis.
- **Wettbewerbsfähigkeit und Effektivität steigern** – Die “wahren” Engpässe am “PoS” (Point of Sales) kommen auf den Tisch und können abgearbeitet werden.
- **Abteilungs-übergreifende Zusammenarbeit und Coaching** – Sie lernen, einen Verkaufsprozess systematisch zu optimieren und beteiligte Ressourcen z.B. PreSales, Support, Consulting, Service, Produkte-Management, Management gezielt einzusetzen. Im Idealfall sind diese Ressourcen im Programm mit dabei.
- **Genauere Prognosen** – Aus den Erkenntnissen optimieren Sie systematisch den Verkaufsprozess und verbessern die Aussagekraft Ihrer Prognosen wesentlich.
- **Preise und Deckungsbeiträge halten** – Sie sind stolz darauf, nicht der günstigste Anbieter zu sein. Sie bieten keine Schnäppchen mehr an, sondern lernen, durch hieb- und stichfeste Nutzenargumente und Differenzierungsmerkmale werthaltig zu verkaufen. Sie freuen sich auf die Abschlussverhandlung mit dem Einkäufer, weil Sie den Wert Ihrer Lösung kennen und diesen auch vertreten können. Damit gewinnen Sie die Wertschätzung der Einkäufer und verteidigen Ihre Preise und Deckungsbeiträge.

Dauer des Programms

Kundenspezifisch, je nach Grösse der Organisation und Tiefe der Analyse

Leitung

Der Workshop wird durch Thomas Zimmerli durchgeführt.

Thomas Zimmerli ist als CMC (Certified Management Consultant) zertifiziert, arbeitet selber erfolgreich im Verkauf und verfügt über langjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Mehr als 3000 Personen haben bisher an seinen Programmen teilgenommen. Unter Anwendung seiner Methodik wurden substantielle Verkaufsprojekte z.B. die Neat (Nationale Alpentransversale durch den Gotthard) oder die Fassade der Fifa in Zürich und viele andere in vielen Branchen gewonnen. Alle im Workshop ausgetauschten Informationen sind vertraulich und liegen bei uns nur in verschlüsselter Form vor.