



**DIE ENTSCHEIDENDEN
FÜNF PROZENT HOLEN.**

5% → +€

REALITY TRAINING
SALES EXCELLENCE
.CPC

*Performance
steigern!*



**„FÜNF PROZENT MEHR IM VERTRIEB
BEDEUTEN OFT 100 PROZENT MEHR
ERFOLG. DAS REALITY FORMAT ZEIGT,
WIE MAN ALLE POTENZIALE AUSREIZT.“**

Gerald Kimmel, Partner bei CPC

KUNDEN GEWINNEN, BEZIEHUNGEN VERTIEFEN: VERTRIEB VERLANGT NACH WEITERENTWICKLUNG.

Im Vertrieb kommt den Vertriebsmitarbeitern eine entscheidende Rolle zu, denn sie sind das Aushängeschild ihres Unternehmens. Zusätzlich stehen auch andere Mitarbeitergruppen im direkten Kundenkontakt oder sind mit Vertriebstätigkeiten betraut.

Im Zuge einer Angebotsvorlage informieren zum Beispiel Projektmanager über ihre Vorgehensweise oder müssen beim Kunden neue Geschäftspotentiale identifizieren. Führungskräfte sind daher gefordert, ein vertriebsstarkes und kundenorientiertes Team zu formen und kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Neben den Mitarbeitern sind die unternehmensinternen Vertriebsstrukturen und -methoden elementar für den Verkaufserfolg. Da sich die Anforderungen in diesem Kontext ständig wandeln, unterliegt der Vertrieb einem permanenten Veränderungsdruck. So sind zum Beispiel verteilte Vertriebseinheiten dazu aufgefordert, sich zu vernetzen. Die Zusammenlegung beziehungsweise Restrukturierung von Unternehmensbereichen, die Bedienung neuer Vertriebskanäle und die Einführung neuer Produkte stellen weitere Herausforderungen dar. In all diesen Fällen muss gewährleistet sein, dass die betroffenen Mitarbeiter sicher mit den Vertriebsstrukturen und -methoden umgehen.

Für Unternehmen mit ehrgeizigen Zielen und starkem Wettbewerb ist es demnach von immenser Bedeutung, für eine permanente Top-Qualifizierung aller (!) am Vertriebsprozess beteiligten Mitarbeiter zu sorgen.

Dies betrifft die Vertriebskernmannschaft ebenso wie Mitarbeiter, deren Hauptfokus nicht auf dem Vertrieb liegt. Selbst erfahrene Vertriebsprofis können in manchen Situationen daneben liegen oder das entscheidende Stück „zu kurz“ springen – niemand ist jemals „austrainiert“. Denn was gestern noch funktioniert hat, kann heute schon obsolet sein.

KOMPETENZ AUSREIZEN: FÄHIGKEITEN REAL TRAINIEREN.

Unsere Erfahrung zeigt: Zur Steigerung der Sales-Performance ist es entscheidend, bestehende Muster und Verhaltensweisen zu hinterfragen sowie neue Kompetenzen aufzubauen. Daher gilt es, je nach Zielgruppe unterschiedliche Schwerpunkte hinsichtlich folgender Fähigkeiten zu setzen:

1 Vertriebs-Skills
Aufgrund des hohen Wettbewerbsdrucks sind Mitarbeiter angehalten, Verkaufschancen zu identifizieren sowie Kunden mit Überzeugung und Begeisterung zum Kauf zu motivieren. Dies erfordert:

- **die Kompetenz, Kundenbeziehungen aufzubauen und zu pflegen**
- **die Fähigkeit, Kundenentscheidungen herbeizuführen**
- **das Einschätzen von Kundensituationen und -bedarfen**
- **die Wahl der passenden Taktik für eine souveräne Kunden- und Verhandlungsführung – eine Herausforderung selbst für Vertriebsprofis**
- **Eigenmotivation und Frustrationstoleranz**

2 Vertriebs-Methoden
Mitarbeiter müssen in der Lage sein, Strukturen und Methoden in der Marktbearbeitung zu verstehen und erfolgreich anzuwenden. Dies betrifft nicht zuletzt das wirksame Zusammenspiel zwischen Unternehmensbereichen (zum Beispiel Innen- und Außendienst). Nur auf diese Art und Weise kann das gesamte interne Potenzial abgerufen werden – von der Identifikation von Vertriebschancen, über vertriebskompatibles Verhalten bis zur erweiterten Akquise.

Doch wie können diese Fähigkeiten in einem realen Umfeld erprobt und weiterentwickelt werden? **CPC hat dafür die passende Antwort – das Reality Training Sales Excellence.**

3 TAGE

REALITY TRAINING SALES EXCELLENCE:

EHRGEIZ.

KOMPETENZ.

ZUSAMMENSPIEL.

= SALES PERFORMANCE



SALES-PERFORMANCE STEIGERN: IM HARTEN WETTBEWERB DEALS GEWINNEN!

Beim Reality Training Sales Excellence erleben die Teilnehmer echte Sales-Herausforderungen unter realen Bedingungen. Mitarbeiter unterschiedlicher Erfahrungsstufen und Unternehmensbereiche entwickeln dadurch eine erhöhte Vertriebskompetenz und steigern ihre Performance selbst auf hohem Niveau.

Damit das Reality Training die spezifischen Sales-Herausforderungen des Kunden würdigt, klären erfahrene CPC-Berater im Vorfeld die genauen Anforderungen sowie die Zielgruppe inklusive deren Entwicklungsziele. Auf dieser Basis konzipieren oder nutzen wir ein fiktives Unternehmen mit eigenen Büros, Mitarbeitern, Produkten und Kunden.

Anschließend müssen sich die Teilnehmer in realen Verkaufssituationen durchgängig beweisen. Hierfür konfrontieren wir sie mit anspruchsvollen Aufgaben entlang des Sales-Cycle. Das Ziel kann etwa lauten, neue Kunden zu gewinnen, Beziehungen zu pflegen, gegen Mitbewerber anzutreten, Verkaufschancen zu erkennen, Kundenverhandlungen zu führen, neue Produkte zu vermarkten oder kritische Kundensituationen zu lösen.

In der Interaktion mit den beteiligten Stakeholdern – zum Beispiel Kunden und interne Beteiligte wie Vorgesetzte, Kollegen, Controlling oder Legal – **geht es vor allem um Überzeugung und Glaubwürdigkeit in Drucksituationen.** Zudem offenbart sich, ob die bestehenden Vertriebsstrukturen erfolgreich angewendet werden. Die Teilnehmer agieren in dieser herausfordernden Umgebung sowohl auf sich allein gestellt, als auch im Team.

Das Reality Training Sales Excellence erzeugt innerhalb kürzester Zeit wirksame Lerneffekte: Weil die Mitarbeiter permanent reale Kundensituationen erleben und laufend Feedbacks der verschiedenen Stakeholder und Coaches erhalten, hinterfragen sie bestehende Verhaltensstrukturen und entwickeln den Ehrgeiz, das Erlernte umzusetzen. Die Sales-Performance steigt nachweisbar...

SALES EXCELLENCE DELIVERED: DIE VORTEILE IM ÜBERBLICK.

Das Reality Training Sales Excellence vermittelt jene Kompetenzen, die sich im operativen Geschäft sofort auf die Sales-Performance auswirken. Das Format ist kundenindividuell einsetzbar und eignet sich für die gesamte Bandbreite der Vertriebsmannschaft – sowohl Anfänger als auch Vertriebsprofis profitieren. Darüber hinaus bauen Mitarbeiter, deren Hauptaufgabe nicht im Verkauf liegt, wertvolle Vertriebskompetenz auf.

Das reale Setting führt zu einer hohen Sensibilität und Lernbereitschaft bei den Beteiligten, da diese, anders als bei Classroom-Trainings, konstant mit echten Kundensituationen konfrontiert sind:

-
- 1 Die Teilnehmer erleben wie ihr Verhalten wirkt und ob ihr vertriebliches Handeln beim Kunden erfolgreich ist.**
Dadurch werden innere Haltung, unerkannte Schwächen sowie Erfolgsmuster bewusst gemacht.

-
- 2 Die Teilnehmer erhalten eine persönliche Standortbestimmung:** Weil erfahrene Experten in die Rollen von Kunden, Vorgesetzten oder Kollegen schlüpfen und dadurch verschiedene Stakeholder-Perspektiven aufzeigen, erhalten die Mitarbeiter wertvolle Feedbacks. Neue Erkenntnisse können sie sofort anwenden.

-
- 3 Die Teilnehmer entwickeln mehr Sicherheit im Umgang mit Kunden.** Außerdem entsteht ein geschärftes Bewusstsein für verborgene Chancen.

Somit wird die persönliche Entwicklung jedes einzelnen Teilnehmers gefördert. Zusätzlich wird das unternehmensinterne Zusammenspiel verbessert.



**„IM ALLTAG WERDEN OFT CHANCEN
UND LEADS VERPASST. KUNDEN
GEHEN VERLOREN. DAS REALITY
TRAINING SALES EXCELLENCE ZEIGT
AUF, WO UND WIE ES BESSER GEHT.“**

Gerald Kimmel, Partner bei CPC

REFERENCE CASE:

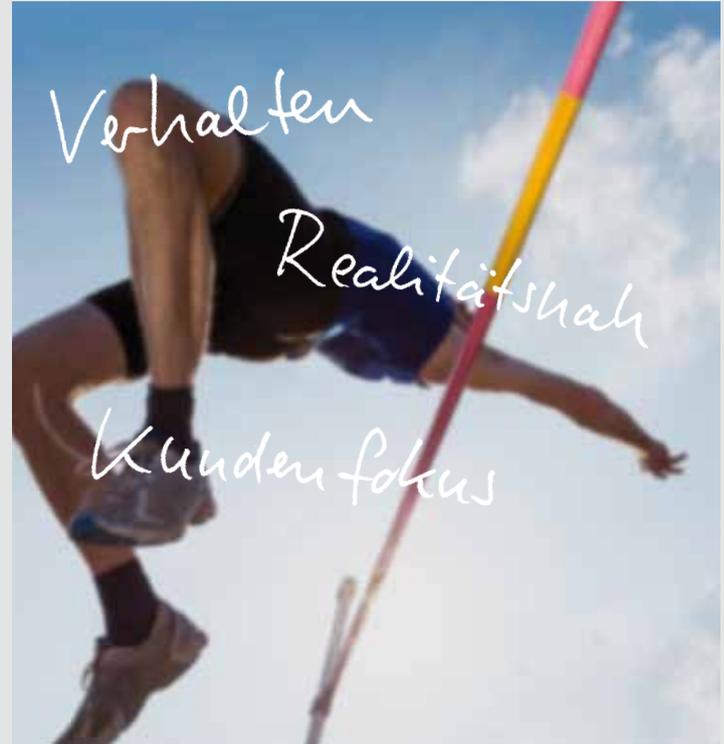
REALITY TRAINING SALES EXCELLENCE OPERATIV EINGESETZT.

Wie holt man einen zweistelligen Millionenauftrag, den der Endkunde, ein namhaftes Industrieunternehmen, eigentlich wieder an den bisherigen Dienstleister vergeben will? Genau vor dieser Herausforderung stand unser Kunde, ein international führendes Systemhaus.

Im Zuge einer Neuausschreibung bewarb sich das Unternehmen um ein umfangreiches IT-Betriebsthema bei einem ihrer Schlüsselkunden. Das Problem: Beim Initiator der Ausschreibung bestand kein echtes Wechselinteresse.

Anstatt ein Pro-forma-Angebot abzugeben, entschied sich der Projektleiter, das Reality Training Sales Excellence als Vorbereitungsmaßnahme zu nutzen. Aus den eingebundenen Mitarbeitern unterschiedlicher Unternehmensbereiche sollte ein schlagkräftiges Team geformt werden, das den Endkunden in der entscheidenden Präsentation von einem Anbieterwechsel überzeugt. Die Kernbedingung unseres Kunden: CPC sollte das Angebotsvorhaben so realitätsnah wie möglich abbilden.

Dafür ermittelten wir zunächst den grundsätzlichen Endkundenbedarf und die mit einer Neuvergabe verbundenen Risiken. Auf diese Kundenperspektive wurden sowohl die inhaltliche Lösung, als auch Präsentationen, Kundengespräche und Verhandlungen ausgerichtet.



Basierend auf den Anforderungen wurde die entscheidende Verkaufspräsentation mittels eines dreitägigen Reality Training Sales Excellence intensiv abgestimmt und verinnerlicht. Dabei wurden Taktik, Vorgehensweise und Ergebnisse kontinuierlich verfeinert. Weitere zentrale Effekte waren:

- **Präzise Vorbereitung der Vertriebsverantwortlichen auf eine prägnante Angebotspositionierung gegenüber dem Kunden. Dabei galt es, die Risiken eines Betriebsübergangs nicht zu verschweigen, sondern explizit aufzuzeigen, wie sie erfolgreich gemanagt werden.**
- **Verankern eines klaren Kundenfokus bei den Teambeteiligten. Ebenso vermittelten CPC-Berater Techniken für ein adäquates Auftreten beim Kunden und verbesserten das Zusammenspiel im Team.**
- **Ausarbeiten und Verinnerlichen eines gemeinsamen „Schlachtplans“ inklusive Vorbereitung auf Konfliktsituationen und mögliche Kundeneinwände.**

Weil die Trainingsteilnehmer dazu angehalten waren, in einem realitätsnahen Umfeld zu verhandeln, zu präsentieren und zu interagieren, entwickelten sie rasch ein starkes Teamgefühl. Taktik, Abstimmung und Zusammenspiel verbesserten sich fortlaufend.

Zwei Wochen nach dem Reality Training stand die große Verkaufspräsentation an. Zum Erstaunen des Endkunden lag ein attraktives Lösungsangebot vor, welches er nach weiteren Verhandlungen angenommen hat. Der Deal wurde also gewonnen. Zwei Faktoren stellten sich als entscheidend heraus:

- 1** Der geschlossene, hochprofessionelle und inhaltsstarke Auftritt des Gesamtteams.
- 2** Die detaillierte Analyse und das aktive Ansprechen der Risiken im Zuge eines Betriebsübergangs. Mitbewerber hatten im Gegensatz zu unserem Kunden Risiken gezielt ausgeklammert.

Aufgrund des signifikanten Erfolges entschied sich unser Kunde, das Reality Training Sales Excellence auch für weitere, herausfordernde Verkaufssituationen einzusetzen.

i **Weitere Informationen finden Sie auf**
www.cpc-ag.de

REFERENZEN

.CPC



CPC Unternehmensmanagement AG
The Squire 11
Am Flughafen
60549 Frankfurt am Main
T +49-69-56 03 03 03
F +49-69-56 03 03 05
contact@cpc-ag.de
www.cpc-ag.de

.CPC



GERALD KIMMEL
PARTNER

M +49-171-710 60 76
g.kimmel@cpc-ag.de



SEBASTIAN KEIM
SENIOR MANAGER

M +49-171-713 65 12
s.keim@cpc-ag.de