



# Verkaufen an Top-Entscheider

Auf Augenhöhe  
profitable Geschäfte  
anbahnen und zügig  
abschließen

Heinrich  
Management  
Consulting

Artur-Kutscher-Platz 2  
80802 München  
[www.heinrichmc.de](http://www.heinrichmc.de)  
+49 89 25 557 160  
[info@heinrichmc.de](mailto:info@heinrichmc.de)



## Kontinuierliches Neugeschäft

Verschaffen Sie sich Wettbewerbsvorteile durch geschicktes Vorgehen bei der Akquisition. Wissen was der Kunde wirklich will und wie seine Entscheidungsprozesse funktionieren. Verhandeln auf Augenhöhe und präsentieren, was gefragt ist. Ohne Umweg zum Ziel.

## Verkaufen im Business to Business

Wenn Sie Ihre Geschäfte mit Geschäftskunden machen, dann sind Sie hier richtig. Und wenn Sie komplexe Produkte oder Dienstleistungen verkaufen – erst recht! Im Gegensatz zu herkömmlichen Verkaufstrainings beschäftigen wir uns nicht mit allgemeinen Weisheiten beim Verkauf. Dieses Seminar wendet sich an erfahrene Verkäufer, die ihre Erfolgchancen noch verbessern wollen.

- Verwenden Sie ein erprobtes Briefkonzept, mit dem Sie schnellstmöglich Kunden von Nicht-Kunden trennen.
- Frustriert von der Kalt-Akquisition? Verstehen Sie die Ursachen der „Telefon-Allergie“ und finden Sie einen Weg, um auch nach dem x-ten Gespräch selbstbewusst und erfolgssicher zu telefonieren.
- Nehmen Sie die Perspektive des Sekretariats ein und nutzen Sie Augenhöhe um Zeit zu sparen und effektiv zu Akquirieren.
- Präsentieren Sie heute noch wie alle Ihre Konkurrenten? Wir geben Ihnen das Modell der „Nicht-Präsentation“ an die Hand, mit der Sie sich als Experte des Kunden positionieren und nicht als Superexperte Ihrer Lösung.
- Nutzen Sie die Werkzeuge des VisionSelling® und machen Sie aus freier Kunst endlich ein solides Handwerk.
- Wir zeigen Ihnen, wie Sie die Situation Ihres Kunden, seine Probleme und deren Auswirkungen systematisch klären, um ihm dann den Nutzen Ihrer Lösung vorvollziehen und darstellen können.
- Informieren Sie sich über Techniken, die Ihren Umsatz-Forecast präzisieren und eine sinnvolle Balance zwischen Akquisition und Verkaufsabschlüssen unterstützen.
- Reagieren Sie auf Ausschreibungen so, dass Sie Ihre Chancen erhöhen und unnötigen Aufwand für aussichtslose Bewerbungen vermeiden.



Wir stellen uns auf Ihre persönlichen Fragen ein.

Während des Trainings holen sich die Teilnehmer Antworten auf individuell wichtige Fragen.

## Typische Teilnehmerfragen

- Wie finden wir heraus, was unsere potentiellen Kunden in Ihrem Geschäftsfeld bewegt und wie nutzen wir dieses Wissen im Vertrieb?
- Wie wecken wir das Interesse potentieller Kunden für unsere Lösungen?
- Wie können wir uns vom Wettbewerber abgrenzen, wenn die Unterschiede sehr kompliziert erklärt werden und der Kunde es kaum versteht?
- Wie setzen wir höhere Preise trotz zunehmender Billigkonkurrenz durch?
- Wie können wir die zügige Entwicklung der Gespräche selbst vorantreiben?
- Wie können wir den Umsatz pro Verkaufsabschluss und pro Verkäufer steigern?
- Wie kann unser Umsatz-Forecast so genau werden, dass er verlässliche Zahlen liefert?
- Wie wecken wir das Interesse der Führungsebene unserer Kunden?
- Wie verhindere ich, dass ich am Sekretariat abgeblockt werde?
- Wie gehen wir mit aufwendigen Ausschreibungen um?
- Wie gehen wir mit dem Wunsch des Kunden nach einer Teststellung um?
- Was ist mein Anteil, wenn Gespräche „schief gehen“?
- Wie kann ich meinem Kunden den Wert einer komplexen Lösung vorrechnen?
- Wann ist es sinnvoll eine Verkaufschance nicht mehr weiter zu verfolgen?
- Wie können wir Präsentationen interessant für alle Teilnehmer gestalten?
- Wie erkenne ich “Spielchen”?
- Wie können wir komplexe Zusammenhänge so darstellen, dass sie verstanden werden?
- Wie kann man verhindern, dass man dem Kunden lästig fällt?
- Wie verhindere ich, dass Projekte immer wieder verschoben werden?



## Wer sollte teilnehmen?

Dieses Training wendet sich an Mitarbeiter in Vertriebsorganisationen, in denen Dienstleistungen oder hochwertige Produkte an Geschäftskunden verkauft werden.

- ✓ Verkäufer im Außendienst
- ✓ Key-Account-Manager
- ✓ Berater im Verkauf
- ✓ Vertriebsleiter
- ✓ Geschäftsführer

Mit diesen Branchen haben wir bereits gearbeitet und praxisorientierte Beiträge geleistet:

IT-Systeme, Software, Unternehmensberatung, Maschinenbau, Energie, Banken, Versicherung, Retail und Großhandel.

## Teilnehmerstimmen

*„Nach fast 10 Jahren Vertrieb denkt man, dass man in Seminaren nur noch Wissen auffrischen kann. In Ihrem Seminar habe ich etwas dazu gelernt und den Vertriebsprozess einen großen Schritt weiter entwickeln können. Dafür gebührt Ihnen mein ganz persönlicher Dank.“*

*„Wie akquiriere ich erfolgreich? Dieser Antwort bin ich ein großes Stück näher gekommen. Ich habe neue Ziele und jede Menge Motivation. Die Teilnahmewirklich gelohnt.“*

*„Angenehme Mischung aus Theorie und praktischen Beispielen.“*

*„Sehr positiv aufgrund neuer Denkansätze“*

*„Keine platten Sprüche. Nichts war eingefahren. Ich freue mich auf die weiteren Veranstaltungen.“*

*„Die Vermittlung der neuen Methoden hat meine Betrachtung des Vertriebsprozesses tief greifend verändert. Ich gehe jetzt wesentlich offensiver vor und wende die einzelnen Inhalte des Workshops fast täglich in der Praxis an.“*

*„Die Vorgehensweise eröffnet völlig neue Perspektiven für unser vertriebliches Vorgehen, das von uns sofort umgesetzt wurde. Wir haben direkt nach dem Seminar angefangen, das Vertriebsvorgehen in allen Niederlassungen anzupassen, um die Elemente der Methodik mit großem Erfolg zu nutzen.“*



## Konkrete Trainingsziele machen die Maßnahme zu einer Investition, die sich messbar auszahlt. Tag für Tag im Umgang mit Ihren Kunden.

Die Teilnehmer verfügen nach Abschluss der Trainings über die Voraussetzung, um:

- ✓ Kaltakquisition bei den Führungskräften Ihrer Kunden effizient und mit hoher Erfolgsaussicht durchzuführen.
- ✓ Die Vorauswahl geeigneter Zielkunden proaktiv und mit höherer Zielsicherheit zu gestalten.
- ✓ Die Situation, die Probleme, deren Auswirkungen und den konkreten Nutzen der angebotenen Lösung für ihre potentiellen Kunden systematisch und präzise festzuhalten.
- ✓ Den Status und die realistischen Erfolgsaussichten Ihrer Verkaufsprojekte präzise und nachvollziehbar zu beschreiben.
- ✓ Ihre eigene Einstellung im Umgang mit den unterschiedlichen Ansprechpartnern so zu justieren, dass die Ansprache wie selbstverständlich passt.
- ✓ Die Methode der "Nicht-Präsentation" bei Kundenbesuchen einzusetzen.
- ✓ Briefe und Evaluierungspläne so einzusetzen, dass ein schnellstmöglicher Fortschritt in Verkaufsprojekten gewährleistet ist.
- ✓ Die Werkzeuge des Lösungsverkaufs (Problemtabellen, Referenzberichte, kundenspezifische ROI-Modelle, etc.) so anzupassen, dass sie für die eigene Vertriebsarbeit einsetzbar werden.
- ✓ Den Eignungsbeweis zum richtigen Zeitpunkt einzusetzen, um die Verwendbarkeit der angebotenen Lösung für den Kunden darzulegen.
- ✓ Auf Ausschreibungen richtig zu reagieren um die eigenen Chancen zu erhöhen und unnötigen Aufwand für aussichtslose Bewerbungen zu vermeiden.
- ✓ Die eigenen Aktivitäten so zu planen, dass ein kontinuierlicher Umsatzerfolg erreicht wird.
- ✓ Das Gelernte gezielt und langfristig wirksam in die betriebliche Praxis zu überführen.

Aus dem Inhalt:

- Geschäftsfelder und ihre Strategien
- Wie kann „VisionSelling“ unseren Erfolg beeinflussen?
- Grundsätze, Aufgaben und Werkzeuge des Lösungsverkaufs
- Kundenansprache sinnvoll vorbereiten und planen
- Auswahl der Zielkunden: Wunschkundenprofil als „Beuteschema“
- Unterschiedliche Ansprechpartner beim Kunden und ihre Rollen bei der Entscheidung
- Referenzbeispiele
- Empfehlungsmanagement
- Akquisition mit Herz und Verstand
- Kalt-Akquisition: Der erste Brief
- Telefon-Akquisition
- Eskalation: Vorbei an Blockierern
- Professionelle Gesprächsführung
- Fragetechnik als Werkzeug
- Latenter und konkreter Bedarf
- Praktische Umsetzung im Gespräch
- Einwände vermeiden statt sie zu behandeln
- Vertriebsprojekte effizient vorantreiben
- Drei Phasen im Verkaufsprozess
- Argumente des Verkäufers
- Visions-Briefe und Eignungsbeweis
- (Nicht-)Präsentation beim Kunden
- Evaluationsplan
- ROI-Modelle
- Vertriebsführung und -steuerung
- Meilensteine und Umsatz-Forecast
- Aktivitäten Balance Modell
- Kurzübersicht der Accounts
- Account Plan
- Vertriebspsychologie
- Die 3 Ich-Zustände der Persönlichkeit
- Vier Ebenen von Aussagen (Quadrophonie)
- Psychologie der Top-Einkäufer
- Einkäuferdominanz bekämpfen
- Gezielte Beeinflussung
- Die Häufigsten Fehler im Verkauf vermeiden
- Selbst- und Erfolgskontrolle



Unsere Dienstleistung bedeutet nachhaltige Verhaltensänderung im gelebten Vertriebsalltag.  
Kein Schnick-Schnack.

Training von Profis für Profis.

**"Ob Du nun glaubst, dass Du etwas tun kannst, oder ob Du glaubst, dass Du es nicht tun kannst, Du wirst immer Recht behalten"**

Henry Ford  
(1863-1947)  
Gründer der Ford  
Motor Company

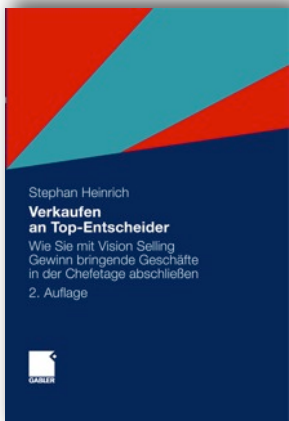


**Stephan Heinrich**  
Trainer • Redner • Coach

Stephan Heinrich (Jg. 1964) gründete 2001 eine erfolgreiche Unternehmensberatung mit Schwerpunkt Vertriebsberatung und -training im B2B sowie individuelle Weiterentwicklung von Führungskräften.

Zuvor sammelte er über 20 Jahre Erfahrung in leitenden Positionen in der IT-Branche, zuletzt als Direktor International Purchasing, als Vertriebs- und Marketing-Direktor und schließlich als Vize Präsident und Geschäftsführer eines großen amerikanischen, international aufgestellten Softwarehauses.

Der Vater von zwei Kindern lebt in München und Trier. Seinen Ausgleich findet er in der Fotografie und sportlich beim Laufen und beim Golf.



### Verkaufen an Top-Entscheider

Wie Sie mit *Vision Selling* Gewinn bringende Geschäfte in der Chefetage abschließen

Gabler Verlag 2. ergänzte Auflage. 188 Seiten

ISBN 3834921440

<http://shop.heinrichmc.de>

Heinrich  
Management  
Consulting

Artur-Kutscher-Platz 2  
80802 München  
[www.heinrichmc.de](http://www.heinrichmc.de)  
+49 89 25 557 160  
[info@heinrichmc.de](mailto:info@heinrichmc.de)

**Sprechen Sie uns an!** Wir nutzen dann ein kurzes Telefonat, um Ihre Anforderungen auf den Punkt zu bringen und ein passgenaues Konzept für Ihre Vertriebsorganisation zu entwerfen. Als Faustregel hat sich aus vergangenen Projekten ergeben, dass seine Investition von etwa €1.000 pro Jahr und Mitarbeiter durchschnittlichen zusätzlichen Deckungsbeitrag von mehr als €25.000 pro Mitarbeiter bringt.

**Was müsste geschehen, um ähnliche oder bessere Ergebnisse binnen sechs Monaten in Ihrer Vertriebsorganisation zu realisieren?**