

GANZHEITLICHES VERKAUFSMANAGEMENT PROGRAMM

Praxisbezogenes Programm in 2 Teilen. Teilnehmende sind Führungskräfte, Spezialisten und Stabsmitarbeiter aus Verkauf, Vertrieb, Account Management, Service, Marketing, Produktmanagement, Werbung, Marktforschung, aber auch Nachwuchsmanager und Führungskräfte aus Bereichen und Funktionen, die selbst keine Verkaufsverantwortung tragen, jedoch den Verkaufserfolg wesentlich mitbeeinflussen.

KONZEPT

Erfolgreiche Unternehmen wissen, dass der Erfolg am Markt letztlich nur durch einen herausragenden Verkauf bewirkt werden kann. Forschung muss sein. Innovation auch. Beschaffung, Produktion, Human Resources, Führungsinstrumente – all dies braucht es. Letztlich entscheidet sich der Erfolg jedoch im Markt. Und damit am Verkaufspunkt.

Diese Erkenntnis ist in den meisten Firmen vorhanden. Nur: Nimmt der Verkauf auch tatsächlich jenen Stellenwert ein, der ihm zukommen sollte? Was kann verbessert, was anders gemacht werden, um noch mehr Verkaufsstärke zu entwickeln? Was kann optimiert werden, um all die guten Strategien und Konzepte dort, wo es wirklich darauf ankommt, kraftvoll umzusetzen?

Ziel der Unternehmung muss es sein, im Verkauf Wettbewerbsvorteile gezielt zum Einsatz zu bringen. Der bessere Verkauf ist meist wirkungsvoller als das bessere Produkt. Darum ist verkäuferische Einzigartigkeit das Ziel eines guten Verkaufsmanagements. Welche Möglichkeiten es gibt, im Wettbewerb dank eines einzigartigen Verkaufsmanagements erfolgreich zu sein, dies zeigen Top-Dozenten im Verlauf des St. Galler Verkaufsmanagement Programms des St. Galler Management Instituts.

Im ersten Seminarteil lernen die Teilnehmenden, modernes Wissen über Verkauf, Verkaufsmanagement und Verkaufunterstützung im eigenen Bereich kompetent anzuwenden. Im zweiten Seminarteil treten Sie selbst in Aktion: Sie steigern Ihr verkäuferisches Bewusstsein, Ihren inneren Antrieb, Geschäfte für das Unternehmen aufzuspüren und abzuschliessen, unabhängig davon, ob Verkauf direkt zu Ihrer Funktion gehört oder nicht.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: St. Galler Verkaufsmanagement-Seminar

Verkauf als Teil der ganzheitlichen Unternehmensführung

- > Die Rolle des Verkaufs im Rahmen einer ganzheitlichen Unternehmensführung
- > Der St. Galler Verkaufs-, Vertriebsansatz
- > Verkauf als zentrale Funktion
- > Verkauf als Philosophie
- > Integration des Verkaufs als Bestandteil einer modernen Marketingkultur

Die Verkaufspolitik neu gestalten

- > Vorausschauendes Bewältigen von Strukturwandel, Preiskampf, Verdrängungswettbewerb
- > Entwicklung vom Produktverkäufer zum Anbieter von Servicekonzepten und Problemlösungen
- > Vom Einfachen zum Komplexen
- > Vom Lieferanten zum Systempartner
- > Forcieren der Wertschöpfungsintensität
- > Verkaufserfolg dank Orientierung am Kundennutzen

Die Verkaufsstrategie

- > Instrumente und Methoden einer Verkaufsstrategie
- > Kundenbedürfnisse analysieren
- > Marktsegmentierungsmodelle und ihre Bedeutung
- > Portfoliomanagement im Verkauf
- > Zentrale Analysen, empirische Erkenntnisse
- > Optionen und Varianten bei der Formulierung der Verkaufsstrategie
- > Erarbeiten der Verkaufsstrategie anhand strukturierter Tools aus der Unternehmensberatungspraxis

Erarbeitung eines Verkaufskonzeptes, um

- > die Potenziale bestehender Kunden besser zu nutzen
- > die gezielte Akquisition von Neukunden zu ermöglichen
- > den Verlust an Kundenbeziehungen dank Kundenzufriedenheitsmanagement möglichst klein zu halten
- > die Chancen der Online Marketing-Kanäle zu nutzen

Wie wird ein griffiges Verkaufskonzept erarbeitet?

- > Strategische Positionierung eines Produkt-/Marktsegmentes
- > Verkaufsprozess: Von der Marktpräsenz zum Markterfolg
- > Kernkompetenzen und Schlüsselfaktoren im Verkauf
- > Den Verkaufserfolg konzeptionell vorspüren
- > Die Bedeutung der Verkaufsschienen

Verkaufserfolg

Nur wer jede Phase des Verkaufsprozesses aktiv steuert, wird überdurchschnittlichen Verkaufserfolg ernten. Zum Verkaufserfolg gehört, den Verkaufsprozess für die unterschiedlichen Verkaufskonzepte darstellen zu können und die zentralen Elemente des Verkaufserfolgs pro Phase zu erkennen.

Key-Account-Management

- > Die Gesetze eines erfolgreichen Key-Account-Managements
- > Aufgaben und Methoden des modernen Key-Account-Managements

Verkaufscontrolling, Verkaufsführung

- > Planung, Budgetierung und Controlling im Verkauf
- > Businessplan: Das Verkaufskonzept quantifizieren
- > Organisation der Verkaufs- und Vertriebsabteilung: Neue Strukturformen für mehr Schlagkraft am Markt
- > Warum Verkaufskonzepte in der Praxis scheitern
- > Das Implementierungsmodell

Erfolg dank Verkaufsstärke

- > Der Verkaufsverantwortliche als Coach
- > Vom Stolz, Verkäufer sein zu dürfen
- > Power Selling

Teil 2: Verhandlungstechnik als Kernkompetenz im Verkauf**Kommunikation als Grundlage**

- > Die Grundlagen der Kommunikation
- > Der zwischenmenschliche Kontakt als Quelle der Kommunikation
- > Kommunikation bei Meinungsverschiedenheiten und ungleichen Interessenslagen
- > Einfluss der neuesten Kommunikationserkenntnisse auf die Verhandlungstechnik

Argumentationskompetenz und Rhetorik

- > Kernelemente der rhetorischen Kompetenz
- > Aufbau einer klaren, verstrickungsfreien Argumentationslogik
- > Plausibilisierung und Erhöhung der Schlagfertigkeit der eigenen Argumentationskette
- > Situative Reaktion auf Gegenargumente und unvorgesehenen Wendungen in der Gesprächsführung

Verhandlungstechnik

- > Immer das Ziel vor Augen
- > Die wichtigsten Phasen in einer Verhandlung
- > Phasenabhängiger Einsatz der Verhandlungstechniken
- > Strategische und taktische Vorgehensweise in Verhandlungen
- > Der Abschluss: beidseitige Zustimmung mit nachhaltiger Wirkung

Überzeugungskraft

- > Emotionale Kompetenz
- > Die zwischenmenschliche Beziehung
- > Der Umgang mit Meinungsverschiedenheiten
- > Aktives Hinhören, gekonntes Fragen
- > Überzeugen durch Argumentieren
- > Erfolgreiche Gesprächsführung

CORPORATE PROGRAMS & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN (1 x 4 Tage + 1 x 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
SM6214	1. Teil	Steckborn	08.–10. April 2024
	2. Teil	Hallwilersee	10.–13. Juni 2024
SM6224	1. Teil	Hallwilersee	10.–13. Juni 2024
	2. Teil	Luzern	04.–06. November 2024

Seminargebühr*: CHF 7900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sma62

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

ADMINISTRATION UND ORGANISATION

INFORMATION UND BERATUNG

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen zu den einzelnen Seminaren, Lehrgängen, Certificates oder für die telefonische Beratung zur Auswahl des für Sie geeigneten Weiterbildungs-Bausteins zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Telefax +41 (0)71 223 50 32

ANMELDUNG

Bitte füllen Sie beiliegende Anmeldekarte aus, und senden Sie diese an uns.

SGMI Management Institut St.Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St.Gallen

Telefax +41 (0)71 223 50 32

Internet www.sgmi.ch

E-Mail seminare@sgmi.ch

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

- > die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
- > Informationen zu Ablauf, Hotel und Anreise
- > das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung

Sollte das Seminar bereits ausgebucht oder eine Zulassung zu einem Certificate nicht möglich sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet. Kleinere Programmänderungen und Referenten-umstellungen bleiben vorbehalten.

SEMINARGEBÜHR, DIPLOMGEBÜHR, EURO

Die Seminargebühr beinhaltet die Kosten für das Seminar und die Seminarunterlagen (alle Seminar- und Certificate-Gebühren zzgl. 8.1% MWST). In der Certificategebühr inbegriffen sind die Kosten für Seminare, Workshops und den Diplomeil. Nicht enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung und Verpflegung, die vom Teilnehmer direkt dem Hotel zu bezahlen sind.

Mehrteilige Seminare können nur als Ganzes gebucht werden. Versäumte Seminartage oder Seminarteile können nicht nachgeholt werden. Die Seminar-, Certificategebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden.

UMBUCHUNG, STORNIERUNG

Umbuchungen von einer Seminar- oder Certificatedurchführung auf eine andere sind nur einmalig bis 6 Wochen vor Seminarbeginn gegen eine Gebühr von CHF 400.– möglich. Stornierungen sind bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos. Bei Stornierungen zwischen 3 Monaten und 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40 % der Seminar- resp. Certificategebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Certificategebühr wird verrechnet, wenn die Abmeldung weniger als 30 Werkstage vor Seminarbeginn erfolgt.

Wir empfehlen, eine Annullationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

HOTEL

Unsere Seminarhotels bieten unseren Seminarteilnehmern preisgünstige Seminarpauschalen an. Die Zimmerreservation übernimmt das SGMI Management Institut St.Gallen aufgrund Ihres retournierten Zimmerreservationsblattes. Wir bitten Sie, das Zimmerreservationsblatt auszufüllen und an SGMI, Bogenstrasse 7, CH-9000 St.Gallen, zu senden. Das Hotel stellt jedem Teilnehmer individuell Rechnung, die Bezahlung der Rechnung erfolgt durch den Teilnehmer direkt beim Auschecken am letzten Seminartag.

Die vollständigen «Allgemeinen Geschäftsbedingungen» können im Internet unter www.sgmi.ch/agb entnommen werden.

ANREISE ZUM SEMINARORT

Angaben zu Hotel und Anreise erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung.

ANMELDEKARTEN

Wir freuen uns über Ihre Anmeldung.
Bitte senden Sie uns den Anmeldebogen per Post, Fax oder E-Mail.

SGMI Management Institut St. Gallen
Bogenstrasse 7
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 (0)71 223 50 30
Telefax +41 (0)71 223 50 32
Internet www.sgmi.ch
E-Mail seminare@sgmi.ch

Bitte rufen Sie mich an. Ich interessiere mich für:

- Seminare, Programme
- Master, Diplome, Zertifikate
- Management Development
- Management Consulting
- SGMI Alumni

Name Vorname

Firma

Funktion

SGC 24


Telefon E-Mail

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGC 24

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGC 24