



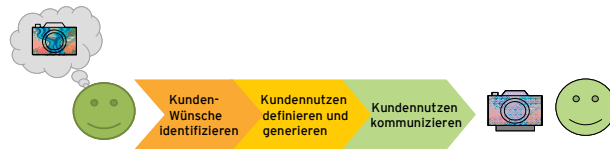
VERKAUFSTRAINING FÜR INGENIEURE

Training zur Verbesserung der Kommunikations- und Verhandlungsfähigkeiten des Verkaufsteams

König & Consultants wurde gebeten, ein Konzept für die Ausbildung der Vertriebsleiter einer internationalen Beratungsfirma zu entwickeln und umzusetzen. Wir haben durch die Einführung des Kunden-Nutzen-Konzepts und durch maßgeschneiderte andere Ausbildungsmodulare die kommunikativen und persönlichen Fähigkeiten erhöht und damit das Verhandlungsgeschick der Verkäufer systematisch gestärkt. Die Trainings führten zu Rekordumsätzen in den folgenden Jahren.

Situation und Herausforderung

Eine internationale Beratungsfirma für Engineering und Technik verfügt über ein Sales-Team mit hauptsächlich technischem Hintergrund und erstklassigen Kenntnissen hinsichtlich der angebotenen Produkte und Dienstleistungen. Das Management hatte aber den Eindruck, dass im Umgang mit Kunden, bei der Kommunikation und im Verkauf noch ungenutzte Potenziale lagen. Nachdem die Firma beschlossen hatte, den Schwerpunkt auf den Verkauf komplexerer technischer Lösungen mit einem breiten Spektrum an Beratungsleistungen zu legen, wurde die Förderung der Beratungskompetenz im Verkauf zur Erfolgskomponente.



Lösungsansatz und Maßnahmen

Das Entwicklungsprogramm für das Sales-Team begann mit der Präsentation, Diskussion und Verinnerlichung des Kunden-Nutzen-Konzepts (KNK, s. Abb.). Das KNK fordert, dass sich der Verkäufer bei jedem

Kundengespräch über die geäußerten Kundenbedürfnisse ebenso im Klaren ist wie über geeignete und verfügbare Lösungsmöglichkeiten. Es erfordert hohe soziale Kompetenzen, die Wünsche des einzelnen Kunden rasch zu erkennen und darauf angemessen und erfolgreich zu reagieren.

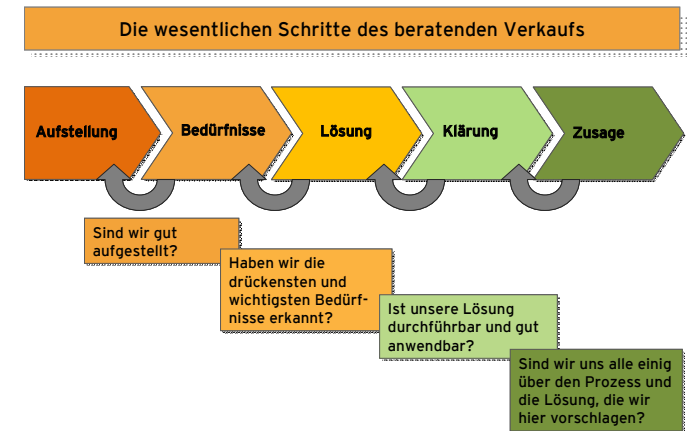
Wir haben für unseren Klienten die folgenden vier Module zur Verbesserung der interaktiven Kompetenzen entwickelt:

- ▶ **Modul 1: Grundlagen der Kommunikation.** Verständnis wie Kommunikation mit anderen wirkt; verbale versus nicht-verbale Kommunikation, die vier Aspekte einer Botschaft.
- ▶ **Modul 2: Persönlichkeitstypen und Beeinflussungstechniken.** Kenntnis verschiedener Methoden zur Einordnung von Persönlichkeiten, Anwendung des Riemann-Modells; Persönlichkeitstypen und die verschiedenen Aspekte einer Botschaft; Anwendung unterschiedlicher Techniken zur Beeinflussung verschiedener Persönlichkeitstypen.
- ▶ **Modul 3: Verkaufen als Projekt und nicht als Kunst verstehen.** Der beratende Verkaufsansatz, das AIDA (Attention-Interest-Desire-Action)-Konzept und die FAIR-Fragetechniken.
- ▶ **Modul 4: Geschäftsabschluss und Verhandlungsgeschick.** Verständnis und Anwendung des Harvard-Konzepts für Verhandlungen und des BATNA-Konzepts.

Alle Module wurden in drei Phasen gegliedert:

- ▶ Kurze theoretische Einführung

- ▶ Gruppenarbeit zur Vorbereitung eines Plan- oder Rollenspiels
- ▶ Feedback durch Trainer und Teilnehmer untereinander und abschließende Betrachtung des Untersuchungsgegenstandes.



Was wurde erreicht?

- ▶ Rekordverkäufe in den beiden folgenden Jahren (2007 und 2008).
- ▶ Verstärkter Teamgeist und mehr gegenseitiges Verständnis im Team durch bessere Kenntnis und Einschätzung der anderen Teammitglieder.
- ▶ Das Wohl des Kunden wurde zum Schwerpunkt des Verkaufsprozesses.