

## Kick-Off 1/2 Tag

- Inhalte & Ablauf des Programms
- Zusammenarbeit aller Beteiligten
- Interne Begleitung der Teilnehmer:innen durch den:die Pat:in
- Einführung in das Lernmanagementsystem

**Ablauf:** Im Kick-Off werden Ablauf und Inhalte des Programms vorgestellt und die Benutzung des programmbegleitenden Lernmanagementsystems erklärt. Weiterhin wird die Art und Weise der Zusammenarbeit definiert sowie gemeinsame Spielregeln festgelegt.

## Modul 1: Kundenzentriert Präsentieren 2 Tage

**E-Learning (60 min) + Vorbereitungsaufgabe (30 min)**

- Präsentationen & Kundentermine zielführend einleiten
- Die Perspektive der Kund:innen einnehmen
- Mit der richtigen Struktur die Zuhörer:innen überzeugen
- Mit Nervosität umgehen können

**Ziel des Moduls:** Sie erhalten Feedback zu Ihrer Außenwirkung und sind in der Lage, jeglichen Außenauftritt (= Präsentation) auf Ihre Kund:innen abgestimmt vorzubereiten. Durch eine geeignete Struktur und Argumentationstechnik gelingt es Ihnen, Ihre Zuhörer:innen für sich und Ihr(e) Anliegen zu gewinnen.

## Modul 2: Vertriebs-systematik 1 Tag

**E-Learning (90 min) + Vorbereitungsaufgabe (120 min)**

- Meta-Markt-Modell
- Ein- & Verkaufsprozess verstehen und synchronisieren
- Buying Center Basics verstehen
- Vertriebstrichter & Status meiner eigenen Projekte kennen
- Gebietsanalyse durchführen (Kunden, Branchen, White Spots)
- 90-Tage-Plan erstellen

**Ziel des Moduls:** Sie kennen Analyse- & Planungstools mit denen Sie Kund:innen besser verstehen und ihre Ziele erreichen. Durch die systematische Vorgehensweise machen Sie Ihre Arbeit in allen Vertriebsphasen bis zur Entscheidung effektiver.

## Modul 3: Vertriebs-kommunikation 2 Tage

**E-Learning (30 min) + Vorbereitungsaufgabe (30 min)**

- Vertriebsgesprächen vorbereiten
- Fragen für die Bedarfsanalyse bei Bestands- & Neukund:innen
- Elevator Pitch & personenorientierte Value Proposition aufbauen
- Mit Einwänden umgehen können

**Ziel des Moduls:** Sie können Pitches bei neuen Ansprechpartner:innen vorbereiten und Ihre Verkaufsgespräche persönlich und telefonisch souverän führen. Sie wissen, mit welchen Fragen sie an ihre Kundenschaft herantreten müssen, um in einer frühen Projektphase in den Prozess einsteigen zu können.

## Modul 4: Verhaltens-basierter Vertrieb 2 Tage

**E-Learning (15 min) + Vorbereitungsaufgabe (30 min)**

- Eigene Stärken erkennen (die vier LIFO® Stile)
- Gesprächspartner:innen besser einschätzen können
- LIFO® Stile in (Verkaufs-) Gesprächen anwenden
- Gesprächsstrategien üben

**Ziel des Moduls:** Sie kennen die vier LIFO® Persönlichkeitsstile und haben ermittelt, welcher Verhaltensstil-mix zu Ihren persönlichen Stärken führt. Sie lernen, den bevorzugten Verhaltensstil anderer Personen zu erkennen und zu berücksichtigen, sodass es möglich wird, auch unter für Sie ungünstigen Bedingungen Erfolge zu erzielen.

## Boxenstopp 1 Tag

**Präsentation (15 min)**

- Vorbereitung & Umsetzung der gestellten Prüfungsaufgabe
- Thema: Management meiner Vertriebsaufgaben
- Präsentation der Ergebnisse
- Feedback erhalten

**Ablauf:** Sie präsentieren dem Prüfungsgremium Ihre erarbeiteten Ergebnisse. Cisco, update und alle Pat:innen bilden das Prüfungsgremium und geben Ihnen Feedback zu Ihrer Vorgehensweise und Ihrem Präsentationsstil.

## Modul 5: No need - No sale 2 Tage

**E-Learning (45 min) + Vorbereitungsaufgabe (30 min)**

- Nutzen-Targeting
- Value Proposition Canvas nutzen
- Ansprechpartner:in „abholen“
- OPAL-Fragetechnik einsetzen
- Buying Center: ihre Kaufbeeinflusser kennen (Deep Dive)
- Das Kauforganigramm: Entscheidungsabläufe visualisieren

**Ziel des Moduls:** Sie stellen den:die Kund:in in den Mittelpunkt Ihrer Überlegungen. Dadurch können Sie Fachabteilungen über Nutzen ansprechen und mögliche Bedarfe unabhängig von aktuellen Ausschreibungen generieren. Dazu können Sie gemeinsam mit dem:der Kund:in Lösungsideen in einer frühen Phase erarbeiten.

## Modul 6: Consultative Selling 1 Tag

**E-Learning (60 min) + Vorbereitungsaufgabe (120 min)**

- Opportunities durchleuchten
- Geschäftsmodell analysieren (Business Model Canvas)
- Buying Center von konkreten Opportunities überprüfen
- Joint Action Plan aufsetzen & gemeinsam Vorgehensweise mit Kund:innen abstimmen

**Ziel des Moduls:** Durch ein strategisch-analytisches Vorgehen mit Hilfe der „Consultative Selling Map“ lassen sich wertvolle neue Sichtweisen für konkrete Opportunity gewinnen. Resultat dieser intensiven Auseinandersetzung mit bestehenden Herausforderungen ist ein selbst entwickelter Aktionsplan.

## Modul 7: Account-planung 1 Tag

**E-Learning (30 min) + Vorbereitungsaufgabe (30 min)**

- Kund:in auswählen & Accountplanung kommunizieren
- Account durchleuchten
- Kundeninterviews als Grundlage der Accountplanung anwenden (relevante Personen v. a. außerhalb der IT-Abteilung)
- Folgepotenzial & Projektideen ermitteln

**Ziel des Moduls:** Sie lernen eine Vorgehensweise um einen mit Ihrem: Ihrer Kund:in abgestimmten Accountplan erstellen zu können. Durch persönliche Interviews bei wichtigen Ansprechpartner:innen decken Sie Potentiale auf. Dadurch ergeben sich neue Geschäftsmöglichkeiten.

## Abschlussprüfung 1 Tag

**Managementpräsentation (20 min)**

- Vorbereitung & Umsetzung der gestellten Prüfungsaufgabe (Vorlauf ca. 6-8 Wochen)
- Thema: Accountplanung & Kundentwicklung
- Präsentation der Ergebnisse
- Feedback erhalten

**Ablauf:** Sie präsentieren Ihre erarbeiteten Ergebnisse dem Prüfungsgremium. Cisco, update und alle Pat:innen bilden das Prüfungsgremium bei der Abschlussprüfung und geben Ihnen Feedback.