

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: Vertriebs-systematik 2 Tage

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

- Ein- & Verkaufsprozess verstehen und synchronisieren
- Stakeholder analysieren und Buying Center Basics verstehen
- Meta-Markt-Modell
- Branchen OnePager und Gebietsanalyse durchführen
- 90-Tage-Plan erstellen
- Vertriebstrichter & Status eigener Projekte kennen

Ziel des Moduls: Durch eine systematische Vorgehensweise machen Sie Ihre Arbeit in allen Vertriebsphasen bis zur Entscheidung effektiver. Sie verstehen die Prozesse Ihrer Kund:innen besser & wissen, wer für den Erfolg der Projekte mit ausschlaggebend ist und eingebunden werden muss.

Modul 2: Marktangang & Kundengewinnung 2 Tage

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

- Social Selling
- Ansprechpersonen finden und passende Lösungen mit dem Two-Way-Funnel adressieren
- Kaltakquise durch den Elevator Pitch meistern & personen-orientierte Value Proposition aufbauen
- Umgang mit Gatekeepern und Einwänden

Ziel des Moduls: Sie erlangen zunehmend mehr Sicherheit in telefonischen und persönlichen Gesprächen, auch bei Erstkontakten. Dabei finden Sie Ihre Ansprechpersonen – innerhalb und außerhalb der IT – und gehen problemlos auf diese zu.

Modul 3: Überzeugende Vertriebstermine 2 Tage

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

- Vertriebstermine & Präsentationen zielführend einleiten
- Die Perspektive der Kund:innen einnehmen und durch Storytelling überzeugen
- Ziele & Kernbotschaften entwickeln
- Bedarf analysieren und mit der richtigen Struktur Zuhörer:innen überzeugen

Ziel des Moduls: Durch eine geeignete Vorgangsweise sind Sie in der Lage sich vom Wettbewerb abzuheben und Ihre Kund:innen in den Mittelpunkt Ihrer Überlegungen zu stellen. Dadurch stoßen Sie auf offene Ohren und können konkrete Vertriebstermine vorbereiten.

Modul 4: Verhaltens-basierter Vertrieb 2 Tage

E-Learning (30 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 Verhaltensstilmix 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: Sustainable Consultative Selling 2 Tage

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

- Opportunities durchleuchten
- Geschäftsmodell analysieren (Business Model Canvas), auch bzgl. ihrer Nachhaltigkeit
- 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 Ideen für eine konkrete Opportunity gewinnen. Ergebnis dieser intensiven Auseinandersetzung ist ein Aktionsplan für die weitere Arbeit an Ihrem Projekt. Das Thema Sustainability wird dabei als Treiber von Innovation verstanden, daraus entstehende Potentiale werden in den Aktionsplan integriert.

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.