

Unsere Philosophie und Ansätze Unsere Partner

**Employer Branding,
Vertriebs- und Führungskräfte-
Trainings,
Train the Trainer**

passion. people. performance.

Unsere Philosophie:

- Vom Mitarbeiter zum erfolgreichen Markenbotschafter made by consultant-net.
- Wegweiser, um (Marken-) Strategien, Visionen und Werte unserer Kunden real und lebendig werden zu lassen.
- Unsere Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Change- und Projektmanagement, Training und Coaching – weltweit.

Unsere Philosophie - Ansatz und unsere Qualifikationsmaßnahmen:

Wir laden Sie herzlich ein, über die beiden Links unsere Trainingsansätze und Qualifikationsmaßnahmen interaktiv zu entdecken.

<http://www.consultant-net.de/ansatz.de.html>

<http://www.consultant-net.de/qualifikation.de.html>

Unsere Philosophie und Ansätze in aktuellen Veröffentlichungen:

9 Levels Einsatz im Service und Vertrieb

<http://www.vertriebszeitung.de/index.php/id-9-levels-of-value-systems-2.html>

9 Levels – Vorgestellt von Rainer Krumm

https://www.youtube.com/watch?v=u_nkyduWFLw

Vortrag H.P. Lämmle / St. Gallen Consulting-Welke Akademie - Vertriebsstrategien

<http://www.newsmax.de/vertriebsstrategien-der-zukunft-pressemitteilung98921.html>

Unsere Partner im Ötztal:

Mit unserem langjährigen Kooperationspartner Ewald Holzkecht von der Alpinschule/Ötztal

<http://event.alpin-guide.at/home.html>



und der Mannschaft von Sigi Grüner aus dem Hotel Bergland



<http://www.bergland-soelden.at/de/partner.html>

haben wir spezifische Trainingsmodule aufgebaut.

Mit Ihnen zusammen designen wir daraus Ihr Training aus fundierten Trainingsmaßnahmen, Interaktion mit der Natur, eingerahmt in einem unvergesslichen Hotelaufenthalt.

Unsere Kooperationspartner für erlebnisreiche und interaktive Trainings:



9 Levels – Training zur Bestimmung und Entwicklung des eigenen und Unternehmens-Wertesystems für unsere Employer Branding Trainings:

Inhaltsverzeichnis – Teil 1

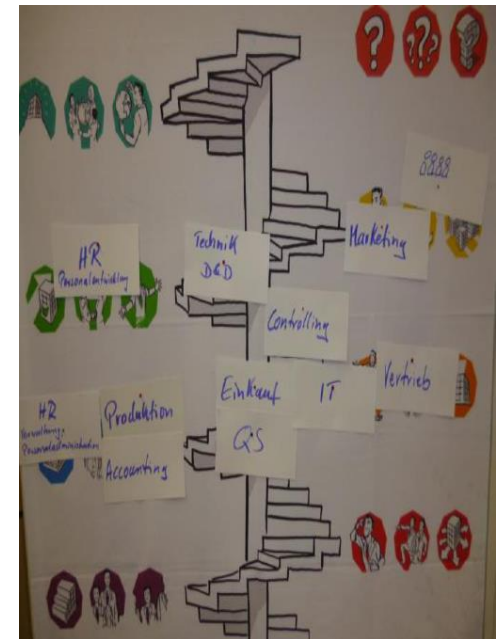
- Wir - ganz typisch WIR – Teil1
 - Verbindung von Praxis und 9L-Theorie –
Was fällt uns zu unserem Unternehmen ein?
- Einführung in die 9 Levels
 - Werte & Unternehmenskultur
 - Die psychologischen Ebenen nach Robert Dilts
 - CEO-Studien sowie Graves Psychologie
 - Lebenswelt & Wertesysteme
 - Vorstellung der einzelnen Levels mit Fallstudien



9 Levels – Training zur Bestimmung und Entwicklung des eigenen und Unternehmens-Wertesystems für unsere Employer Branding Trainings:

Inhaltsverzeichnis – Teil 2

- 9 Levels in Unternehmen
 - Beispiele für einzelne Levels aus dem Unternehmens-Alltag
- Aufgabenstellung Fallstudien
 - Welche Ansätze für welche Levels erkennen Sie?
 - Wo sehen Sie Ihre Kunden in diesem System?
- WIR – ganz typisch WIR – Teil 2
- Ziel-Entwicklung & Veränderungsmanagement
- Aktionsplan & Feedbackrunde



Employer Branding – Training Markenbotschafter:

Was haben Sie davon?

- Vom Mitarbeiter zum erfolgreichen Markenbotschafter made by consultant-net
- „Wenn Ihre Mitarbeiter Marke leben dann wird Ihr Wettbewerb etwas erleben!,,
- Gemeinsam erarbeiten wir abgeleitet aus Ihrem Markenleitbild die gewünschten Merkmale und Handlungsweisen.
- Diese einzigartigen Merkmale können Sie und Ihre Mitarbeiter dann an Ihre Kunden senden.
- Es ist ein Prozess, welcher von der Marken-Formulierung zur Markenvermittlung und zum Markenerfolg führt!



**Wir machen aus Ihren Kunden Markenbotschafter
Ihres Unternehmens!!**



Employer Branding – Training Markenbotschafter:

Themenfokus

- Marken-Formulierung und Strategien sowie Werte der Marke vermitteln
- Doing what? und Doing how? => Markenkonsistentes Mitarbeiterverhalten
- Kundenbeziehungsmanagement im Sales und Aftersales

Methodisches Vorgehen

- KNOW HOW => Vermittlung von Markenwissen
- LEAD + DO => Üben von Markenhandeln
- EXPERIENCE => Schaffung von Markenerlebnissen

Zielgruppe

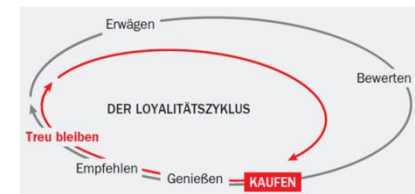
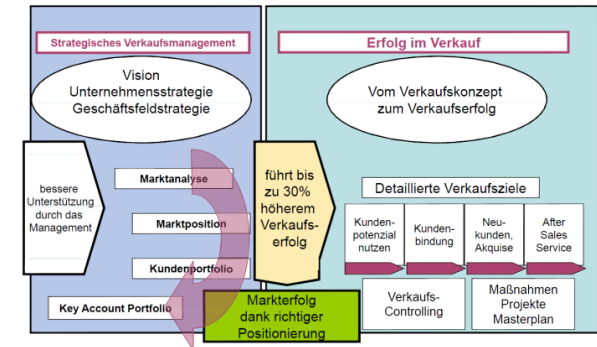
- Unternehmer, Geschäftsführer und Führungskräfte sowie und Mitarbeiter mit Kundenkontakt im Sales und Aftersales



Verkaufsmanagement- und Strategie-Training:

Themenschwerpunkte

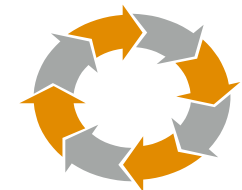
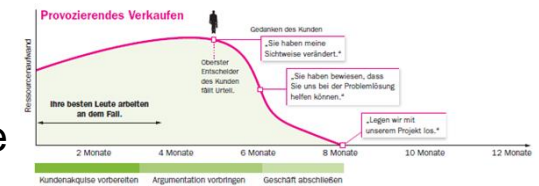
- Verkauf als Teil der Unternehmensführung
 - Die Rolle des Verkaufs im Rahmen einer ganzheitlichen Unternehmensführung
 - Verkauf als zentrale Funktion und Philosophie
 - Integration des Verkaufs als Bestandteil einer modernen Marketingkultur
- Die Verkaufspolitik neu gestalten
 - Vorausschauendes Bewältigen von Strukturwandel, Preiskampf, Verdrängungswettbewerb
 - Entwicklung vom Produktverkäufer zum Anbieter von Servicekonzepten und Problemlösungen
 - Forcieren der Wertschöpfungsintensität
 - Verkaufserfolg dank Orientierung am Kundennutzen



Verkaufsmanagement- und Strategie-Training:

Themenschwerpunkte

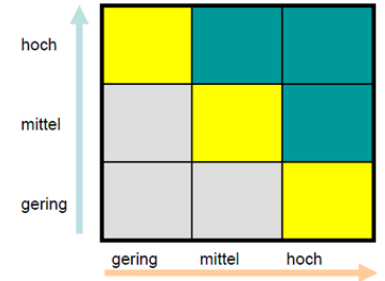
- Die Verkaufsstrategie
 - Instrumente und Methoden einer Verkaufsstrategie
 - Kundenbedürfnisse analysieren
 - Marktsegmentierungsmodelle sowie Portfolio-Management im Verkauf
 - Zentrale Analysen, empirische Erkenntnisse
 - Optionen und Varianten bei der Formulierung der Verkaufsstrategie
 - Erarbeiten der Verkaufsstrategie anhand strukturierter Tools aus der Unternehmensberatungs-Praxis
- Erarbeitung eines Verkaufskonzeptes
 - die Potenziale bestehender Kunden besser zu nutzen
 - die gezielte Akquisition von Neukunden zu ermöglichen
 - Kundenbeziehungen optimieren dank Kundenzufriedenheits-Management



Verkaufsmanagement- und Strategie-Training:

Themenschwerpunkte

- 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 voraus planen
 - Die Bedeutung der Verkaufsschienen



Marketing-orientiertes Zusammenwirken
KAM, Verkauf und Produktmanagement

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

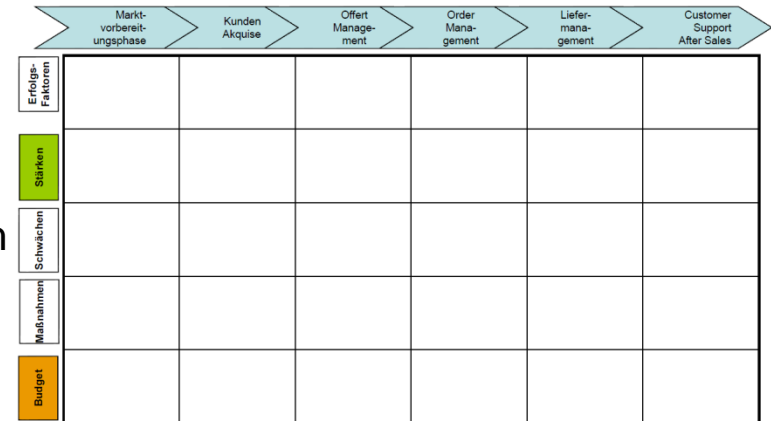


Verkaufsmanagement- und Strategie-Training:

Themenschwerpunkte

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

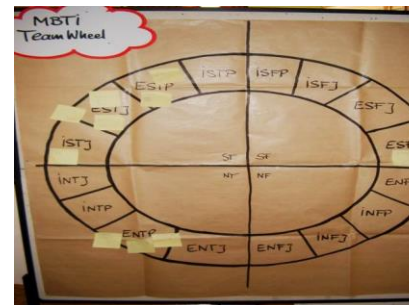
- Erfolg dank Verkaufsstärke
 - Der Verkaufsverantwortliche als Coach
 - Vom Stolz, Verkäufer sein zu dürfen
 - Power Selling



Teambuilding: Training des Verkaufs-, Service und Innendienst-Teams:

Zielgruppe

- Verkaufsleiter, Serviceleiter und Backofficeführungskräfte, die ihre Bereiche wieder näher zusammenführen möchten und als ein Team vom Kunden wahrgenommen werden möchten
- Service- und Verkaufsteams, die die selben Kunden im Fokus haben
- Geschäftsführer und Bereichsleiter, welche den Verkauf optimieren wollen



Teambuilding: Training des Verkaufs-, Service und Innendienst-Teams:

Konzept

- Wer verkauft in Ihrem Unternehmen? Natürlich der Verkauf. Bei näherem Hinsehen relativiert sich diese Antwort. Viele Firmen erkennen, dass der Verkäufer allenfalls ein bis zwei Kontakte pro Jahr zum Kunden hat, der Innendienst und der Service jedoch viel häufiger mit dem Kunden in Verbindung steht.
- In diesem Fall entscheiden die laufenden Kontakte des Innendienstes und des Service mit darüber, ob der Verkäufer beim nächsten Auftrag oder Verkaufsgespräch willkommen ist oder auf Ablehnung stößt.
- Ist einmal die Bedeutung des Innendienstes und des Service für den Verkaufserfolg erkannt, so folgt rasch eine zentrale Frage: „Was müssen wir tun, um die verkäuferische Leistung der beiden Bereiche zu optimieren?“
- Dieses Seminar zeigt, wie dabei vorzugehen ist. Es zeigt auf, wie der Innendienst und der Service entsprechend strukturiert werden kann und wie sich die Schnittstelle zum Verkauf optimieren lässt.

Teambuilding: Training des Verkaufs-, Service und Innendienst-Teams:

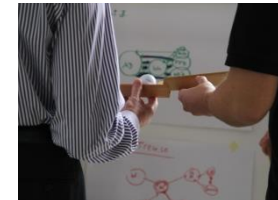
Themenschwerpunkte - Tag 1: Der Innendienst und Service als Vertriebsfunktion

- Verbesserte Zusammenarbeit und Koordination von Innen- und Außendienst
 - Gegenseitige Anforderungen und Erwartungen von Innen- und Außendienst offenlegen
 - Konflikte und „Reibungsverluste“ beseitigen: Informationsdefizite und mangelnde Abstimmung, unklare Zuständigkeiten, unterschiedliche Zielsetzungen und Anreizmodelle
- Der Innendienst als aktive Vertriebsfunktion
 - Von der passiven Auftragsabwicklung zur aktiven Service- und Vertriebsorganisation
 - Cross- Selling-Potenziale nutzen - C-Kunden-Management
 - Neue Kernaufgaben des Innendienstes: Terminvereinbarung, Kontrolle offener Angebote, Auftragsbearbeitung, Reklamationen und Kontaktpflege zu Kunden

Teambuilding: Training des Verkaufs-, Service und Innendienst-Teams:

Themenschwerpunkte – Tag 2: Strukturen und Prozesse gezielt auf den Kunden ausrichten

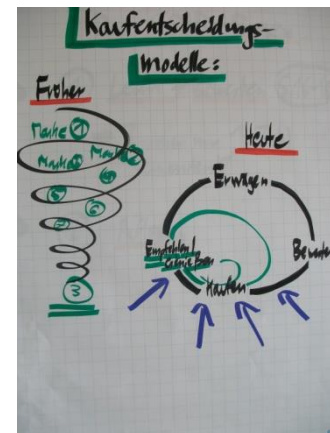
- Effiziente Zusammenarbeit von Innendienst, Service und Verkauf
 - Aufgabenteilung und Rollen in der Zusammenarbeit klar definieren
 - Schaffung gemeinsamer Zielsetzungen
 - Gegenseitiges Verständnis für Anliegen und Restriktionen schaffen
- Strukturen, Prozesse und Systeme für ein erfolgreiches Zusammenspiel von Innendienst und Verkauf
 - Abteilungsübergreifende und effiziente Vertriebsprozesse
 - Koordinierter Einsatz von CRM-Systemen und Kundenbindung über den After-Sales, Key-Account Management im Innendienst
 - Harmonisierung der Anreizsysteme von Innendienst, Service und Verkauf



Train the Trainer: Training für Führungskräfte und angehende Trainer um Inhalte zu vermitteln:

Stichpunkte zu den Lerninhalten:

- Aufgaben eines Trainers
- Aufbau von verschiedenen Trainingssequenzen
- Methoden und didaktische Tricks zur Etablierung einer spannenden Lernatmosphäre
- Erstellung eines konkreten Trainingsprogramms
- Umgang mit schwierigen Situationen
- Anpassung von Trainings in den Alltag
- Selbstmotivationsmethoden
- Stressbewältigung
- Livegehen
- Wiederholung , Aktionsplan und Feedback



Ihr Kontakt:

München

consultant-net
Unternehmensberatung GmbH
Leoprechtingstraße 41
81739 München

Telefon: +49.89.606 66 868

Telefax: +49.89.606 66 869

Internet: www.consultant-net.de

E-Mail: info@consultant-net.de

Ottobrunn

consultant-net | Studio

Haidgraben 2
85521 Ottobrunn

Telefon: +49.89.237 02 389

Telefax: +49.89.606 66 869

Internet: www.consultant-net.de

E-Mail: info@consultant-net.de

