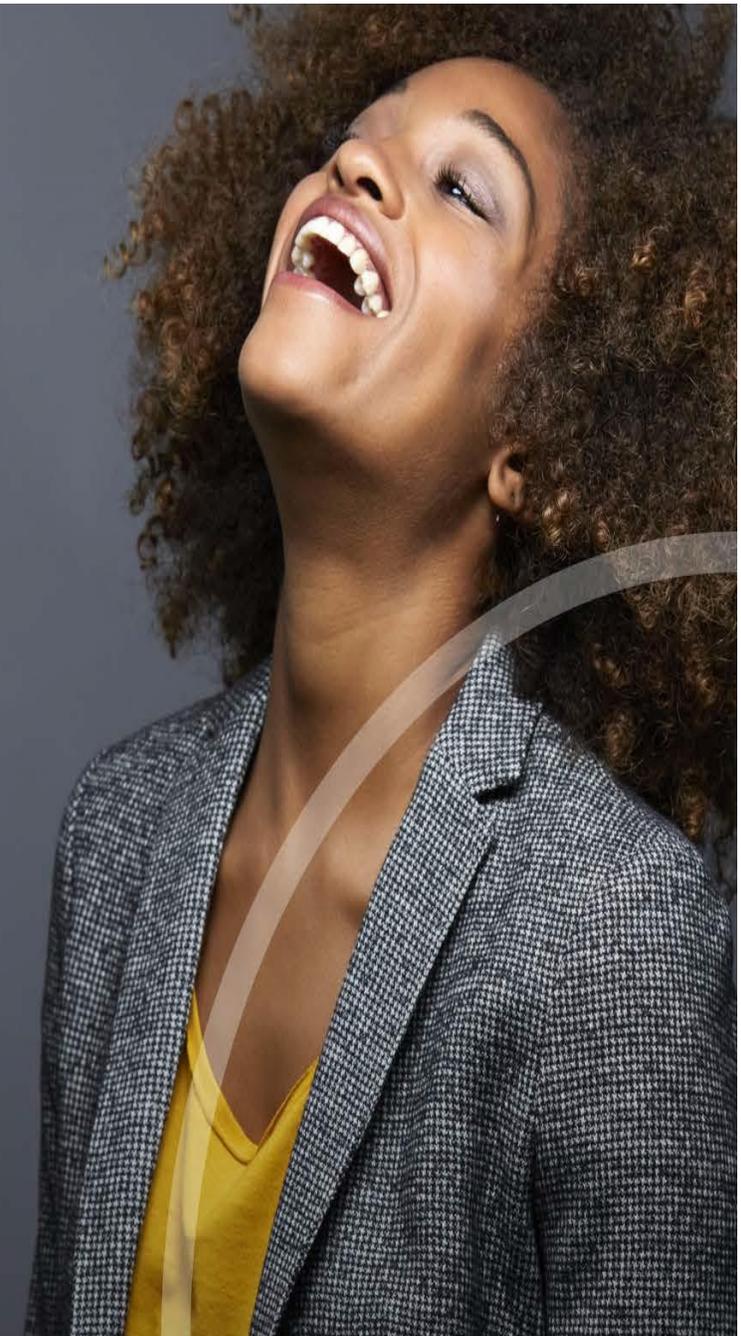


The logo for Mercuri International, featuring the word "MERCURI" in a bold, white, sans-serif font above the word "international" in a smaller, white, sans-serif font, both contained within a dark blue square.

MERCURI
international

Mercuri International

Trainingsthemen
**SALES & LEADERSHIP
PROGRAMM**



Inhalt



SALES TRAINING – „MAKE THE DIFFERENCE“

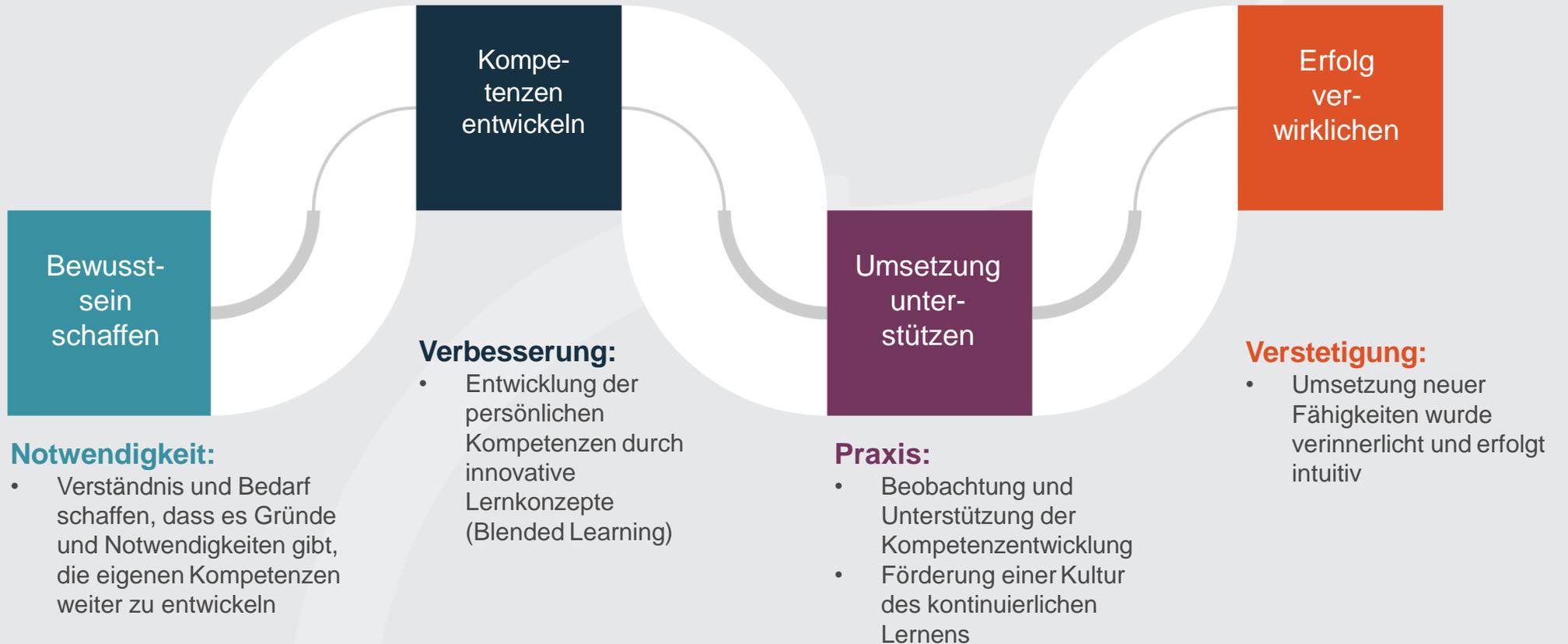
- Übersicht über unseren Trainingsansatz
- Auswahl unserer Trainingsinhalte

SALES TRAINING – MAKE THE DIFFERENCE ÜBERSICHT ÜBER UNSEREN TRAININGSANSATZ

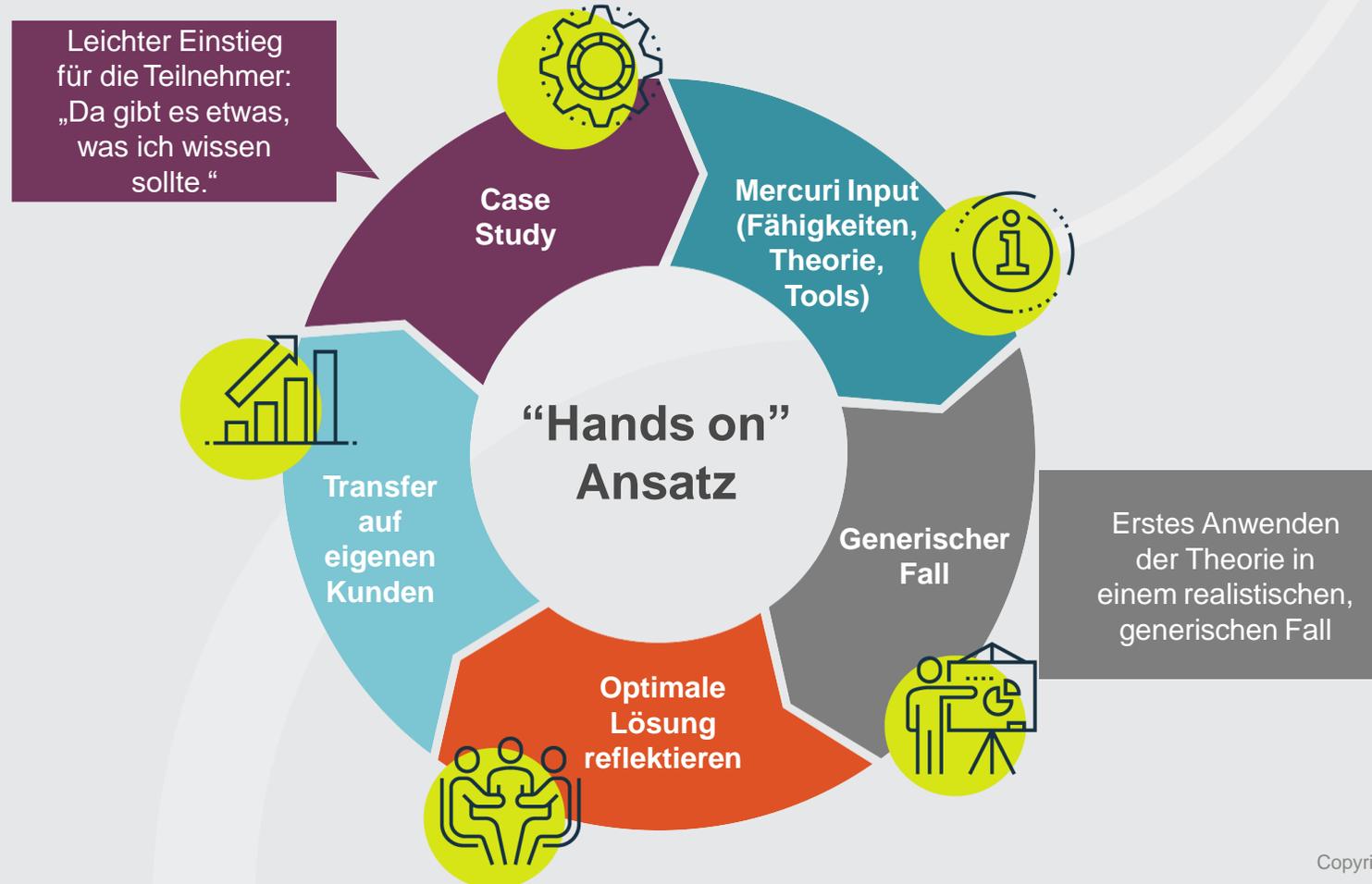
„Make The Difference“ Ihr Nutzen durch unseren Trainingsansatz



„Make The Difference“ Mercuri-Konzept zur Entwicklung von Kompetenzen



„Make The Difference“ Didaktik in unseren Trainings



„Make The Difference“ Unser Blended Learning-Konzept

Präsenz-Training



Digitales Lernen



Business Simulationen



„Make The Difference“

Präsenztrainings als Teil unseres Blended Learning-Konzepts



- Die Trainings von Mercuri International zeichnen sich durch einen **hohen Fokus** auf **Praxis** und **Umsetzung** aus.
- Neben dem **Wissenstransfer** liegt der Schwerpunkt auf der **Übung** der erforderlichen **Fähigkeiten**, um die spezifischen **Führungs-** sowie **Verkaufssituationen** optimal zu meistern.
- **Unterstützende Materialien** und **Tools** wie Gesprächsleitfäden, Checklisten, etc. werden in enger **Abstimmung** mit angepasst bzw. erarbeitet, um die Umsetzung des veränderten **Führungs-** sowie **Verkaufsverhaltens** zu unterstützen.
- Durch **Einzel- und Gruppenarbeit** wird ein sofortiger **Übergang** auf die spezifische **Situation** der **Führungskräfte** sowie **Vertriebsmitarbeiter** gewährleistet.
- Anschließend wird dieses in Form von **Fallstudien** und **Rollenspielen** geschult.

„Make The Difference“

Digitales Lernen als Teil unseres Blended Learning-Konzepts

- Assessments, Lernaktivitäten und Vertiefungen vor, während und nach dem Training
- Eine **strukturierte Lernerfahrung**, die Schritt für Schritt das Engagement fördert.
- **Intuitive, benutzerfreundliche Oberfläche** und **einfache Navigation** für eine beispiellose Benutzerfreundlichkeit.
- **Gamification** und **soziale Lernerfahrungen**.
- Offene Fragen, Umfragen, Arbeitseinsätze, Bewertungen sowie „Spiele“ fördern den Informationsaustausch und lassen Ideen gedeihen.



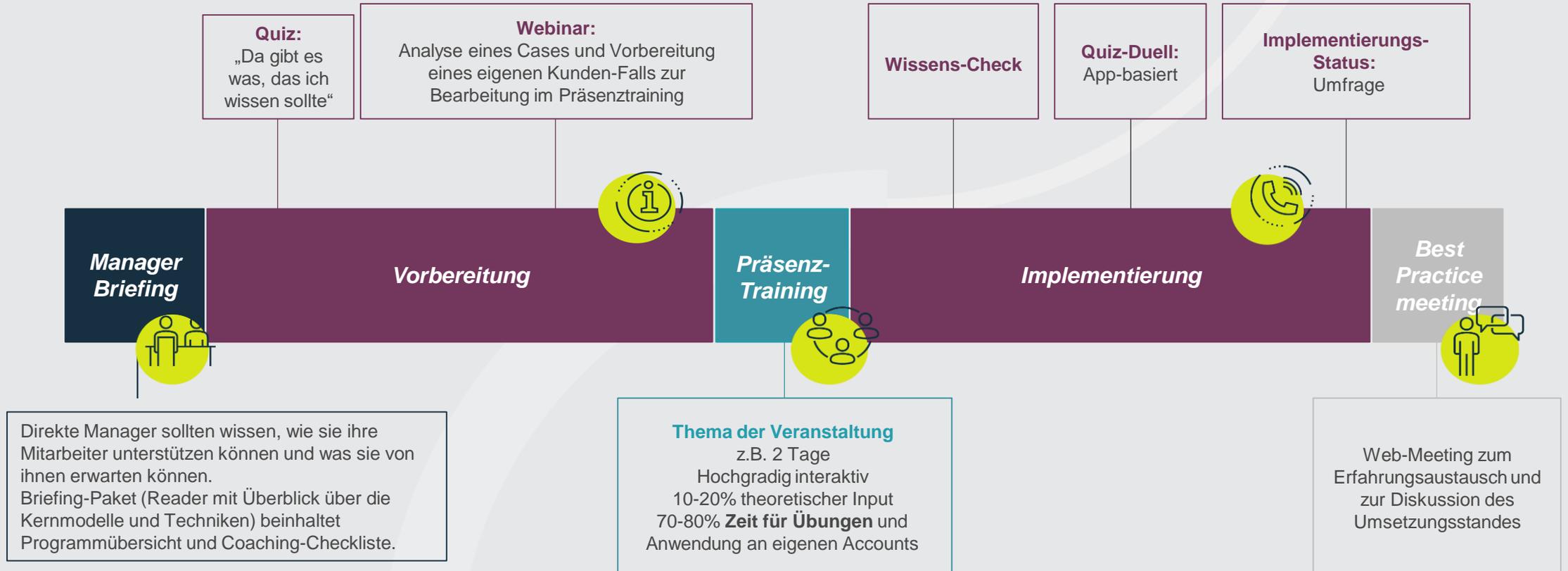
„Make The Difference“ Business Simulationen als Teil unseres Blended Learning-Konzepts



- **Business Simulationen** sind die **Brücke** zwischen dem **Lernen im Klassenzimmer** und den Herausforderungen des **realen Lebens**.
- Sie sind eine **praktische Lernmethode**, die die **reale Welt imitiert** und es Ihren Mitarbeitern ermöglicht, in einer sicheren, risikofreien Umgebung zu üben und zu verbessern.
- Führende Unternehmen nutzen Business-Simulationen, um die Leistung in allen Bereichen ihres Unternehmens zu verbessern, einschließlich Vertrieb.
- Business Simulationen sind eine **praktische, interaktive Lernerfahrung**, die es den Teilnehmern ermöglicht, sich „spielerisch“ mit dem Inhalten sowie Konzepten auseinanderzusetzen.
- Business Simulationen sind ein **leistungsfähiges Werkzeug** für das **Lernen** und die **Entwicklung** von **Organisationen**. Die Teilnehmer arbeiten in Teams sowie in einer simulierten Wettbewerbssituation.

„Make The Difference“

Beispiel eines Blended Learning-Ansatzes



„Make The Difference“ Unser Modell zur Erfolgsmessung



↓
Wie zufrieden waren die Teilnehmer mit dem Training?

↓
Inwieweit haben die Teilnehmer ihr Wissen verbessert?

↓
Wie verändert sich das Verhalten der Teilnehmer nach dem Training?

↓
Welche Auswirkungen hat das Training auf die Performance?

SALES TRAINING – MAKE THE DIFFERENCE

AUSWAHL UNSERER TRAININGSINHALTE

„Make The Difference“

Stufen der Individualisierung

	Standard Kein Kundenbezug	1. Stufe KUNDEN-Bezug nur fallweise/spontan/interaktiv	2. Stufe KUNDEN-spezifische Vorbereitung/ Ausarbeitungen	3. Stufe 100% Integration in die KUNDEN-Welt
<i>Fallstudien</i>	Allgemeine Szenarien	Übertragung von allgemeinen Szenarien auf Unternehmenssituation nur im Dialog mit den Teilnehmern	Vorbereitete Szenarien aus der Unternehmenswelt (Produkte, Kundengruppen)	Mehrstufige Fallstudien kombiniert mit Rollenspielen und vorbereiteten Szenarien aus der Unternehmenswelt (Produkte, Kundengruppen, CRM-Informationen)
<i>Instrumente</i>	Vorstellung von Instrumenten ohne unternehmens-/ teilnehmerspezifische Umsetzung	Unternehmensspezifische Anwendung von Standard-Instrumenten (Checklisten, Leitfäden, Buying Center Analyse, Beziehungsstabilität, ...)	Unternehmensspezifische Anwendung von Standard-Instrumenten (Checklisten, Leitfäden, Buying Center Analyse, Beziehungsstabilität, ...)	Entwicklung von kundenspezifischen Instrumenten (Checklisten, Leitfäden, Verkaufsprozessstrukturen, CRM-Integration...)
<i>Rollenspiele</i>	Allgemeine Beispiele ohne direkten Unternehmens-bezug	Rollenvorgaben werden spontan durch Teilnehmer festgelegt	Vorbereitete unternehmensspezifische Rollenbeschreibungen	
<i>Übungen, Gruppenarbeiten</i>	Gruppenarbeiten, Übungen mit Praxisbezug (Positioning Statement, Fragetechniken, Einwandbehandlung))			
<i>Themen</i>	Keine unternehmensspezifische Anpassung		Unternehmensspezifische Zusammenstellung der Trainingsthemen	
<i>Layout</i>		Unternehmensdesign	Unternehmensdesign	Unternehmensdesign

„Make The Difference“

Auswahl unserer Trainingsinhalte – Grundlegende Vertriebsthemen

Verkaufpsychologie – Verkauf mit Persönlichkeit

Kaufentscheidungsprozesse verstehen und beeinflussen, sachlicher und emotionaler Bedarf, Sympathie, Beziehungsaufbau, Kundentypologien im Verkauf nutzen (DISG), Erkenntnisse der Gehirnforschung.

Kommunikation und Rhetorik im Verkauf

Kommunikationsebenen, Kommunikationshürden, Hebel der Überzeugung, Erkennen und Analysieren von Ich-Zuständen, Besonderheiten am Telefon, Handhabung von emotional belasteten Situationen.

Sicherer Auftritt im Kundenkontakt

Grundlagen der Kundenorientierung, Umgangsformen am Telefon, Business-Knigge, gekonnter Small Talk, positive Sprache, Umgang mit Top-Entscheidern.

Sales Spirit – mit der richtigen Einstellung verkaufen

Bedeutung der eigenen Einstellung für den Vertriebs Erfolg (Umsatz beginnt im Kopf), Ausstrahlung und Überzeugungskraft durch lösungsorientiertes Denken und positive Sprache.

Verkaufsgesprächsführung

Gesprächsvorbereitung, Gesprächseröffnung, Bedarfsanalyse, Argumentation, Einwandbehandlung, Abschlusstechnik, für Innendienst: Besonderheiten am Telefon.

Verhandlungsführung

Grundlagen des Verhandeln, Verhandlungsstile, Stufen des Verhandlungsprozesses, Einkäufertaktiken, Win-win-Strategien, professionelles Feilschen.

Präsentation/Demonstration

Aufbau von Präsentationen, Präsentationslogik, Rhetorik, Kommunikation mit Gruppen, wirkungsvoller Einstieg, Umgang mit Lampenfieber, Medieneinsatz, Körpersprache.

„Make The Difference“

Auswahl unserer Trainingsinhalte – Vertiefende Vertriebsthemen

Gesprächsvorbereitung und -einstieg

Gesprächsvorbereitung, Datenanalyse, Checklisten, Ziele setzen, Selbstreflexion der Zielerreichung, positive Sprache, Dos and Don'ts beim Erstkontakt.

Professioneller Bedarfsaufbau

Bedeutung und Anwendung unterschiedlicher Fragetechniken, Fragelogik, Fragetrichter, Zusammenfassung, aktives Zuhören.

Wirkungsvoll argumentieren und überzeugen

Struktur eines Arguments, Argumentationskreis, Argumentationsplan, Überzeugungstechnik, die eigene Einstellung, Nutzung von Kundentypologien.

Einwandbehandlung

Einstellung als Schlüsselqualifikation, negativen Stress als mentale Blockade überwinden, emotionales Gleichgewicht schaffen, Techniken und Erfolgspfade bei der Behandlung von Einwänden.

Abschlusstechnik

Der Abschluss beginnt vor dem Gespräch, verbale und nonverbale Kaufsignale, eigene Hemmungen überwinden, den Kunden über die Schwelle tragen, Nachkaufdissonanzen vorbeugen.

Preise durchsetzen

Die Bedeutung des Preises, Wirkung der eigenen Einstellung im Preisgespräch, Preisnennung, Preisargumentation, Preisverteidigung, Zugeständnisse Zug um Zug.

Beschwerde- und Reklamationsmanagement

Prinzipien des Beschwerdemanagements, Bedeutung der Emotionen, Person und Sache trennen, Lösung suchen, Regeln für Reklamationsbearbeitung.

Consultative Selling (Mehrwert- / Lösungsverkauf)

Marktfaktoren, Ziele, Maßnahmen und Hürden des Kunden verstehen und nutzen, kundenindividuelle Wertbotschaft erarbeiten, interaktive Lösungspräsentation.

Assertive Selling (Überzeugungsverkauf)

Identifizieren von Verkaufssituationen für den projektiven Verkaufsstil, Überzeugungstechnik, Widerstände überwinden, Selbstmotivation.

Expertise Selling (Expertenverkauf)

Gesprächsvorbereitung, Gesprächseröffnung, Bedarfsanalyse, Argumentation, Einwandbehandlung, Abschlusstechnik.

„Make The Difference“

Auswahl unserer Trainingsinhalte – Vertiefende Vertriebsthemen

Relationship Selling (Beziehungsverkauf)

Aufbau von Sympathie und Beziehungen, persönliches Netzwerk aufbauen und pflegen, Kundentypologien im Verkauf nutzen, emotionale Bedürfnisse, Kundenstabilität und Kundenbindung verbessern.

Key Account Management

St.-Gallen / Mercuri KAM-Modell, Kundenanalyse und -planung, Opportunity Management, interkulturelle und virtuelle Teams managen, Verkauf auf C-Level.

Team-Selling und Teamarbeit

Ausrichtung aller Ressourcen auf den Kunden, Teameffizienz, Rollenverteilung, Abstimmung und Regeln im Team, Dynamik im Team, Umgang mit Konflikten, Lösungsgespräche führen.

Neukundengewinnung

Selektion potenzieller Kunden, Ansprachekonzepte, Erstgespräch und Positionierung, Gesprächssteuerung und Argumentation, Vereinbarungen erzielen, Folgeaktivitäten managen

Betriebswirtschaft für Verkäufer

Grundlagen von Bilanz und Gewinnermittlung, Bilanzkennzahlen, Deckungsbeitragsrechnung, kurzfristige Erfolgsrechnung, Preiskalkulation, Break-even, Rechtsformen

Cross-/ Up-Selling

Auswahl geeigneter Kunden, Kontaktebenen erweitern, Verkauf im Team, Gesprächssteuerung und Argumentation, Vereinbarungen erzielen, Folgeaktivitäten managen.

Opportunity Management

Erkennen von Geschäftsmöglichkeiten beim Kunden, Auswahl und Bewertung von Opportunities, Setzen geeigneter Ziele, strategische Aktivitätsplanung zur Umsetzung.

Neuprodukteinführung

Auswahl der geeigneten Kunden, Positionierung im Wettbewerbsumfeld, Prioritäten setzen, Gesprächssteuerung und Argumentation, Einwandbehandlung.

Messetraining

Ansprachekonzepte, Produktdemonstration, Messeknigge, Selbstmotivation, Zeitdiebe managen, Messenachbereitung.

„Make The Difference“

Auswahl unserer Trainingsinhalte – Management- & Führungsthemen

Mitarbeiterführung und -entwicklung im Vertrieb

Lösungsorientierte Kommunikation, Führungsstile, Mitarbeitermotivation, unterschiedliche Mitarbeitergespräche, Coaching im Vertrieb.

Mitarbeitergespräche führen

Einsatz von Lob und Kritik, Beurteilungs- /Jahres- und Zielvereinbarungsgespräche, Kritik- und Lösungsgespräche, Feedbackgespräche (Bordsteinkonferenzen).

Situatives Führen mit Persönlichkeit

Unterschiedliche Persönlichkeitstypen (DISG) von Führungskraft und Mitarbeitern in unterschiedlichen Führungssituationen berücksichtigen.

Gebiets- und Verkaufsmanagement

Analyse von Gebietspotenzialen, Kundenklassifizierung, von Zielen zu Aktivitäten, Verkaufsprozesse, Verkaufsprozess- und Aktivitätsmanagement, CRM-Nutzung

Pipeline-Management

Bedeutung der Verkaufspipeline als Steuerungsinstrument im Verkauf, Prognosen, Stellhebel zur Beeinflussung der Erfolgsquoten, Setzen geeigneter Ziele, strategische Aktivitätsplanung.

SBO – Sales Management by Objectives

Analyse und Steuerung der Mitarbeiteraktivitäten nach Qualität, Quantität und Richtung, Ziele setzen und vereinbaren, Mitarbeitergespräche zur Zielerreichung.

Projektmanagement im Vertrieb

Instrumente des Projektmanagements, Kreativitätstechniken, Ziele und Meilensteine für die einzelnen Projektphasen, Motivieren und Steuern (virtueller) Teams, effiziente Team-Meetings.

„Make The Difference“

Auswahl unserer Trainingsinhalte – Persönliche Effizienz

Selbstmanagement für Verkäufer und Führungskräfte

Die eigenen Stärken und Potenziale kennen, Ziele und Prioritäten setzen, aktive Verkaufszeit nutzen, Zeitfresser managen, richtig delegieren.

Den Druck im Vertrieb meistern – Umgang mit Stress

Wirkung von Stress auf Ausstrahlung und Überzeugungskraft, Messung des Stressniveaus, Methoden zur Stressvermeidung, Work-Life-Balance.

Ihr Kontakt



David Kirchmann
Head of Market
Development
Mercuri International
Meerbusch

Mercuri International Deutschland
Theodor-Hellmich-Str. 8
40667 Meerbusch
Germany

Mobile +49 170 2271683
Office +49 2132 9306 38
E-Mail david.kirchmann@mercuri.de



MERCURI
international