



Mercuri International
OPPORTUNITY TO ORDER

MERCURI
international



WARUM OPPORTUNITY TO ORDER?

Als Vertriebsmitarbeiter haben Sie vielleicht **viele Verkaufschancen**, die Sie in Betracht ziehen können. Doch **nicht** alle Gelegenheiten sind **es wert, wahrgenommen zu werden**.

Es ist wichtig zu lernen, wie man die **Besten Chancen erkennt**.

Folgen Sie diesem hybriden Lernpfad, um zu erfahren, wie Sie eine Verkaufschance analysieren und es schaffen diese zu einen erfolgreichen Abschluss zu bringen!





ZIELGRUPPE

Alle Vertriebsprofis, die ihre Chancen erhöhen möchten, eine Verkaufschance in einen Auftrag umzuwandeln



DAUER

1 Stunde 30 min digitales Lernen
2 Tage F2F-Klassenzimmer oder
8 Stunden (über 4 Sitzungen) im virtuellen Klassenzimmer



WEITERE INFORMATIONEN

Dieser hybride Lernpfad enthält Videos, interaktive Inhalte, Übungen, Fragebögen, herunterladbare Dokumente, Live-Sitzungen (virtuell oder F2F), mit einem gamifizierten Ansatz, um die Teilnehmer zu motivieren. Alle Inhalte sind für Laptops, Tablets und Smartphones angepasst



SCHULUNGSÜBERSICHT

Schritt 1: Einschätzung der Anfrage

Schritt 2: Lösungsstrategie

Schritt 3: Kontaktabgleich

Schritt 4: Präsentieren der Lösung



ZUSÄTZLICHES WERKZEUG: CHANCENPLAN

Dies ist ein Werkzeug, das bei der Analyse einer Verkaufschance hilft, wobei alle Faktoren und jeder Schritt des Prozesses berücksichtigt werden.



SCHULUNGSÜBERSICHT

KAPITEL 1: EINSCHÄTZEN DER ANFRAGE

Ist die Gelegenheit real, attraktiv und gewinnbringend?

Entdecken Sie die Gründe, warum eine Opportunity analysiert werden muss und welche Faktoren berücksichtigt werden müssen, bevor man sich für sie entscheidet. Finden Sie es heraus:

- Wenn Sie alle notwendigen Informationen über die Verkaufschance erhalten haben
- Wenn es einen Bedarf, ein Budget und eine Frist für die Entscheidung gibt
- Wenn einige Aspekte wie das Geschäftsvolumen, die potenzielle Marge und das zukünftige Geschäft für Sie attraktiv sind
- Wenn Sie aufgrund Ihres Know-hows über den Kunden, seine Einstellung, die Wettbewerbssituation, ihre Kontakte und Ihre verfügbaren Mittel, Möglichkeiten sehen, zu gewinnen



KAPITEL 2: LÖSUNGSSTRATEGIE

Wie man eine erfolgreiche Lösung entwickelt

Um eine erfolgreiche Lösung zu entwickeln, müssen Sie 2 wichtige Faktoren berücksichtigen. Sie werden lernen:

Die 6 Verkaufssituationen

Sie müssen sich überlegen, in welcher Verkaufssituation Sie sich befinden. Der Kunde kann entweder sehr interessiert und bereit sein, mit Ihnen zu arbeiten, oder Ihnen gegenüber sehr skeptisch eingestellt sein

Die Taktiken pro Situation

Je nach Verkaufssituation können Sie verschiedene Taktiken anwenden, mit denen Sie beweisen können, dass Ihre Lösung das beste Angebot für Ihren Kunden ist.

Sie erfahren, wie Sie erkennen in welcher Verkaufssituation Sie sich befinden und welche Taktik dafür effektiv ist.



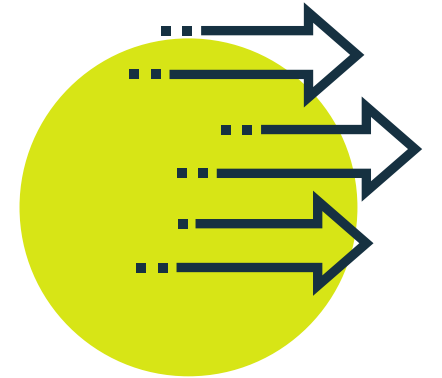
KAPITEL 3: KONTAKTABGLEICH

Die verschiedenen Interessen

Es kann verschiedene Interessen im Entscheidungsteam geben, mit unterschiedlichen Rollen und unterschiedlichem Umfang an Macht. Um Ihnen zu helfen, die Profile zu definieren, mit denen Sie in einer Verkaufschance zu tun haben, werden Sie entdecken:

- Das SETUP-Instrument, das die verschiedenen Rollen (strategisch, wirtschaftlich, technisch, Anwender oder Projektleiter) verdeutlicht
- Wie viel Einfluss jeder Interessent haben kann
- Was sind die möglichen Einstellungen, die sie Ihnen gegenüber haben können

Letztendlich werden Sie 5 verschiedene Profile herausfinden: Verbündete, Zögerliche, Starke Unterstützer, Störenfriede und Ablehnende. Sie erhalten einige Tipps, wie Sie deren Einfluss erhöhen oder verringern können, mit dem Ziel, Ihre Position zu stärken.



KAPITEL 4: PRÄSENTATION DER LÖSUNG

Erstellen Sie eine erfolgreiche Präsentation

Um eine erfolgreiche Präsentation zu erstellen, die die Aufmerksamkeit Ihres Publikums auf sich zieht, ist es sehr wichtig, dass Sie einige bestimmte Schritte befolgen. Finden Sie heraus, wie:

- Sie eine gute Eröffnung und einen Abschluß erstellen
- Sie den Wert Ihrer Lösung hervorheben
- Sie alle relevanten Elemente der richtigen Präsentationsstruktur einbeziehen
- Sie Ihre Präsentation an die jeweilige Verkaufssituation anpassen und Sie die entsprechenden Taktiken anwenden

