



Mercuri International

VALUE BASED SELLING



PROGRAMMÜBERSICHT

Mercuri International

WARUM VALUE BASED SELLING?

Es gibt Situationen, in denen ein Verkäufer Schwierigkeiten hat, seine Botschaft zu vermitteln und der Kunde erkennt den Wert des Angebots nicht. In diesen schwierigen Verkaufssituationen reicht ein traditioneller Verkaufsansatz nicht aus.

AUDIENCE

Alle Vertriebsprofis, die eine Methode erlernen möchten, um neue Bereiche der Wertschöpfung zu erlernen und diese dem Kunden zu vermitteln.

DAUER

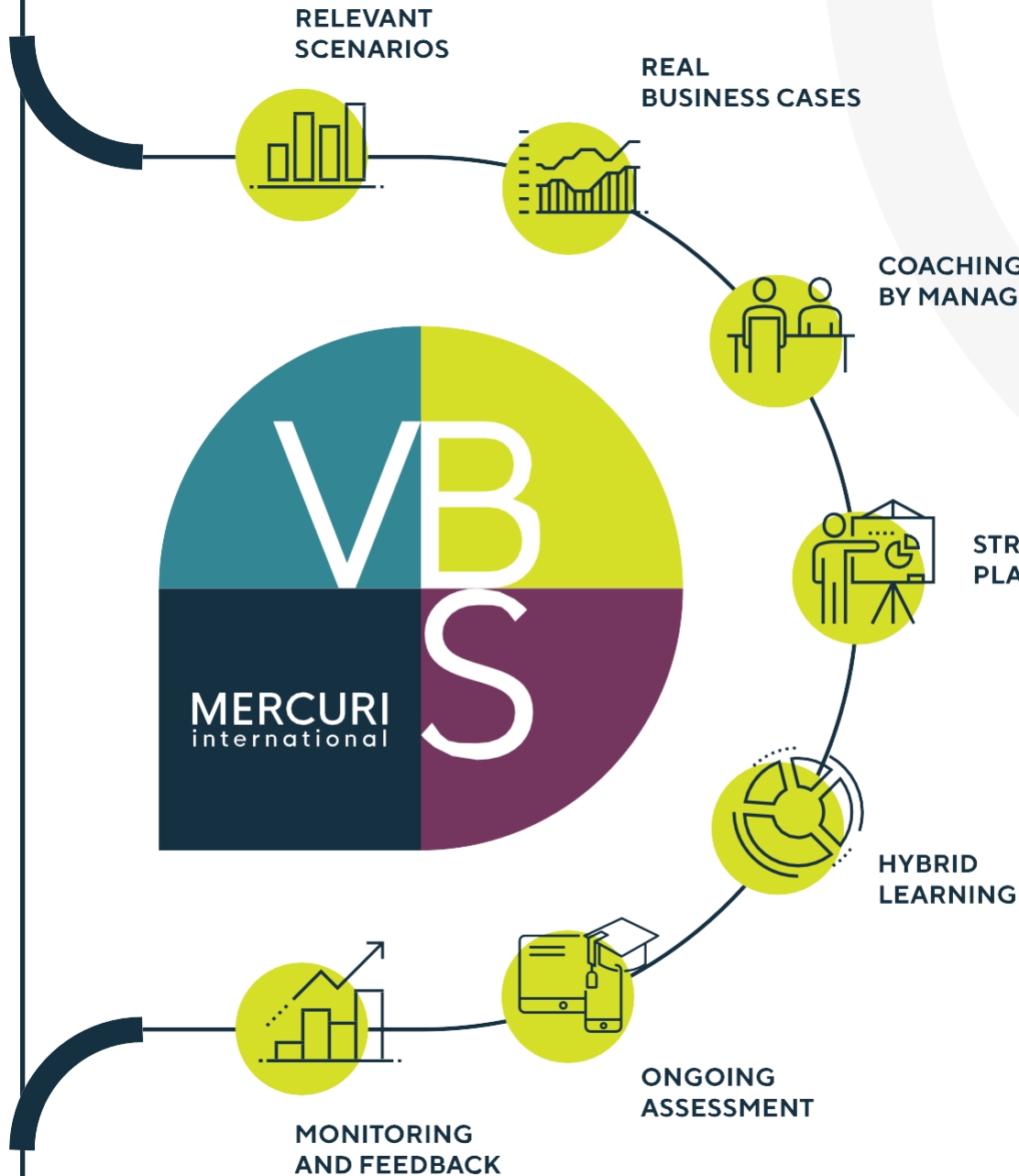
Digitaler Inhalt: **11 Stunden**

LIEFERFORMAT

Digitale Module in Kombination mit Präsenzunterricht oder virtuellem Unterricht.

Interaktive Inhalte, Videos, Übungen, Fragebögen, herunterladbare Dokumente und offene Foren. Das gesamte Material wird von Laptops, Tablets und Smartphones unterstützt.





RELEVANTE SZENARIEN

Die Trainer wenden Rollenspiele auf der Grundlage von Fallstudien an, die zwar fiktiv, aber für die spezifische Unternehmenssituation der Teilnehmer relevant sind.

REALE GESCHÄFTSFÄLLE

Die Lernenden verwenden ihre eigenen realen Fälle, um die Methode in ihrem täglichen Geschäftsleben später anwenden zu können.

COACHING DURCH DAS MANAGEMENT

Die Führungskräfte werden darin geschult, ihre Teams bei der Anwendung von VBS zu coachen.

STRATEGISCHE PLANUNG

Die Inhalte und Aktivitäten sind auf die Geschäftsziele und Herausforderungen Ihres Unternehmens zugeschnitten.

HYBRIDES LERNEN

Um auf die Bedürfnisse und Lernstile der einzelnen Lernenden einzugehen, werden verschiedene Formate wie persönliche, virtuelle und digitale Schulungen auf die effektivste Weise eingesetzt, um eine kontinuierliche Lernerfahrung zu entwickeln.

LAUFENDE BEWERTUNG

Die Fortschritte der Lernenden werden ständig überprüft, sowohl im Hinblick auf verbesserte Fähigkeiten als auch auf Geschäftsergebnisse.

ÜBERPRÜFUNG UND RÜCKMELDUNG

Messung der Auswirkungen auf Ihre Unternehmensleistung.

INHALTSBESCHREIBUNG

Der RISE-Prozess



INHALTSÜBERSICHT

1

VALUE BASED SELLING VERSTEHEN

- Der RISE-Prozess
- Differenziertes Verkaufen
- Empathie-Projektionstest

2

RECHERCHE - TEIL 1

- Das BAZL-Verfahren
- Die Bedürfnisse und Motivationen Ihrer Kunden verstehen

3

RECHERCHE - TEIL 2

- Zusammenarbeit sicherstellen: Verstehen Sie Ihre wichtigsten Stakeholder
- Kontaktabgleich
- Die Bedürfnisse Ihrer Kunden verstehen
- Fragen stellen
- Bedarfsermittlung

4

ENTWICKELN IHRES LEISTUNGSVERTSPRECHEN

- Die Macht der Werte
- Die verschiedenen Ebenen der Kommunikation kennenlernen
- Die Wertschöpfungskette und der Wettbewerbsvorteil

5

IHR LEISTUNGSVERSprechen AUFZEIGEN

- Die Valuestory
- Mit Storytelling die Zuhörerschaft fesseln
- Argumentation

6

IHRE KUNDEN EINBEZIEHEN

- Wie gehen Sie mit den Einwänden Ihrer Kunden um?
- Wie man in schwierigen Situationen durchsetzungsfähig ist

7

WIEDERHOLUNG UND PRAXIS

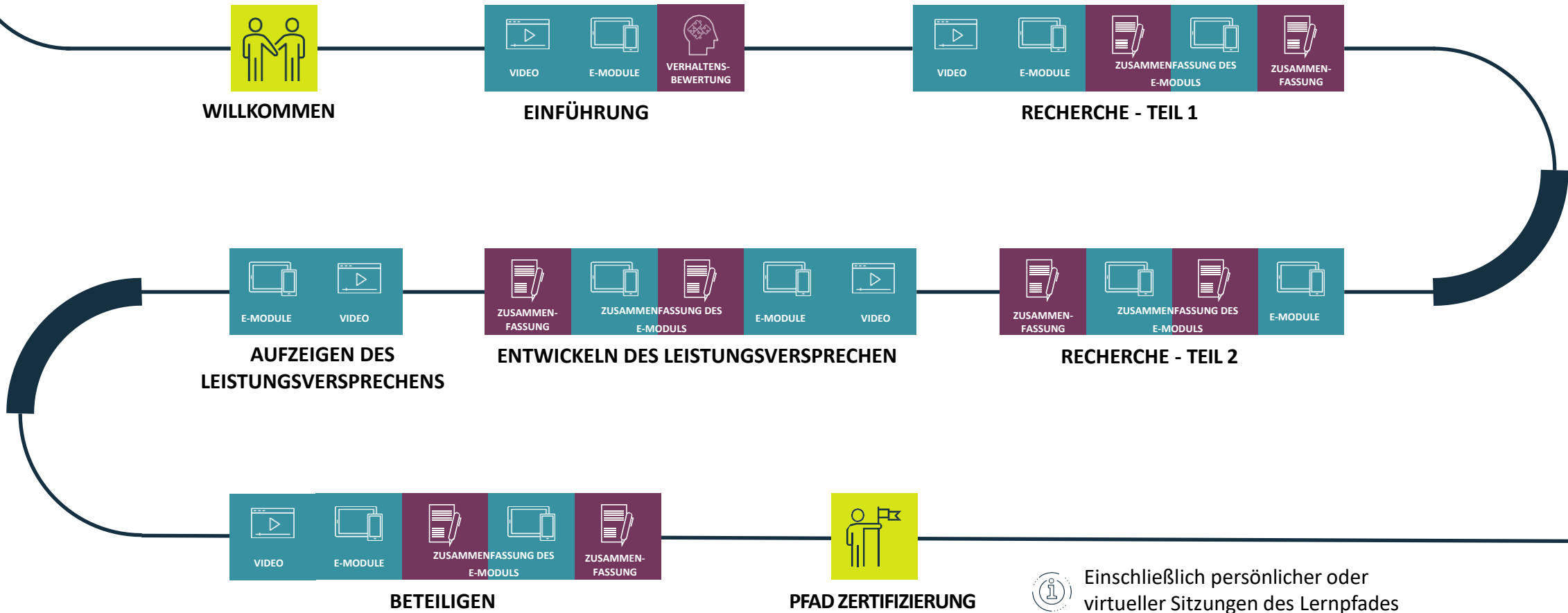
- Handbuch
- Tipps für die Praxis

8

ANALYSE DER MÖGLICHKEITEN UND VORBEREITUNG DER FÄLLE

- Abwägung aller Möglichen Herausforderungen

LERNPFAD



Einschließlich persönlicher oder virtueller Sitzungen des Lernpfades



Mercuri International

GROW YOUR PEOPLE,
GROW YOUR BUSINESS

