

Ausbildungen im Verkauf

Profitieren Sie vom Know-how der Spitzenverkäufer



Die Kunst des Verkaufs

Das WIFI bietet eine Reihe von Verkaufs-Ausbildungen – vom Einsteigerkurs bis zum Profi-Lehrgang mit Abschlussdiplom. Die Königsklasse ist der Diplomlehrgang Sales Management.



„Verkaufstaktik allein genügt nicht mehr. Erfahren Sie, wie Sie schwierige Situationen meistern. Vergessen Sie nicht: Die Konkurrenz schläft nicht, sie trainiert!“
Mag. Hannes Baur, Verkaufstrainer

Verkaufen ist weit mehr als ein Produkt über den Warentisch zu schieben und das Geld zu kassieren. Verkaufen will gelernt sein. Das WIFI Tirol bietet eine große Palette an Verkaufs-Ausbildungen, vom ersten Kennenlernen des Themas Verkauf im Seminar „Verkauf – Job oder Berufung?“ über die Kursreihe „Spitze im Verkauf“ und den Lehrgang „Key-Account-Management“ bis hin zur Königsklasse: dem Sales Manager/Verkaufs- und Vertriebsleiter. Wir leben in einer Welt des Überflusses. Oft ist es nicht das Fehlen eines Produktes oder einer Dienstleistung, das Konsumenten vom Kauf abhält, sondern ein schier unüberschaubares Angebot, das die Entscheidung schwer macht. Was kann ein Produkt, was nicht? Welche Alternativen gibt es? Und vor allem: Was brauche ich eigentlich? Mit diesen Fragen ist der Kunde oft alleine – und damit wird die Chance auf einen Verkaufsabschluss verpasst.

Gute Sales Manager / Verkaufs- und Vertriebsleiter sind sich dieser Herausforderungen für den Verbraucher bewusst und richten das gesamte Angebot nach diesem Blickwinkel aus. Sie führen ihr Team an diese Sichtweise heran und sorgen dafür, dass der Kunde einen kompetenten Ansprechpartner an seiner Seite hat, zu dem er Vertrauen hat.

Im Diplomlehrgang Sales Management entwickeln die Teilnehmer/innen ihre fachlichen und sozialen Kompetenzen, die hinsichtlich Organisation, Management und Personalführung notwendig sind, um die Aufgaben eines/einer Sales Managers/in professionell und zukunftsorientiert zu erfüllen. Der Lehrgang vermittelt praktische Inhalte, um die Herausforderungen des täglichen Geschäftslebens erfolgreich zu bewältigen. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, ihren Mitarbeitern die Philosophie des kundenorientierten und abschluss sicheren Verkaufens zu vermitteln. Wer den Kunden als König sieht und auch so behandelt, schafft Vertrauen und die Basis für eine langfristige Partnerschaft. Die Didaktik des Kurses ist diesen Zielen angepasst: Kurzreferate, Gruppenarbeiten, Diskussionen, Fallbeispiele und die Projektarbeit aus dem Arbeitsumfeld der Kursteilnehmer sorgen für Praxisnähe und eine unmittelbare Anwendbarkeit des Gelernten im Beruf.

Der Begriff „Marken-Verkäufer“ kann getrost wörtlich genommen werden: Ein guter Verkäufer wird mit seiner Professionalität, seinem authentischen Auftreten und seiner Kommunikationsfähigkeit selbst zur Marke und damit mindestens so wichtig wie das Produkt oder die Dienstleistung selbst. Die Ausbildung zum Sales Manager am WIFI ist die perfekte Basis für Menschen, denen Verkaufen ein Herzensanliegen ist.



Spitze im Verkauf

Stellen Sie sich vor, ein Verkäufer verkauft Ihnen ein Produkt, das Sie sich schon lange gewünscht haben. So ganz ohne Emotion, ohne Gefühlsregung... Wie geht es Ihnen dabei? Haben Sie dann wirklich das Gefühl, etwas ganz Besonderes gekauft zu haben? Wahrscheinlich nicht. Und das ist es. Gerade in der heutigen Zeit ist es zu wenig, unseren Kunden nur ihr Bedürfnis zu erfüllen. Sie brauchen vielmehr das Gefühl, etwas Außergewöhnliches bekommen zu haben, etwas wonach sie sich schon lange gesehnt haben. Spitzenverkäufer/innen sind in der heutigen Zeit mehr gefordert denn je. Sie müssen nicht nur exzellente Fachkenntnisse haben, sondern darüber hinaus jene Kompetenzen besitzen, die den Kunden begeistern. Dazu haben wir die richtige Ausbildung für Sie. Im Lehrgang Spitze im Verkauf erfahren Sie alles über Verkaufstechniken und vieles, wie Sie mit Menschen umgehen und zu begeisterten Kunden machen können.

Nutzen

- Sie trainieren mit Profis, die selbst aus der Verkaufs- und Vertriebspraxis kommen. Das garantiert volle Praxisorientierung und Umsetzbarkeit.
- Sie lernen von den Besten und erfahren kompakt erprobte Erfolgsstrategien.
- Sie erleben im Lernprozess Wesentliches für die Entwicklung der eigenen verkäuferischen Kompetenz.
- Sie erhöhen die Kundenbindung und erreichen eine bessere Vertrauensbasis zum Kunden.
- Sie erlangen bessere Verkaufsergebnisse.

Zielgruppe

- Personen, die im Verkauf tätig sind oder tätig werden wollen
- Personen, die durch gezielte, praxisorientierte verkäuferische Ausbildung höhere Verkaufsergebnisse erzielen wollen
- Vertriebsmitarbeiter sowie Innendienstmitarbeiter mit Kundenkontakt
- Kundendienstmitarbeiter im Außen- sowie Innendienst, Servicemitarbeiter, -techniker, Vertriebsingenieure und Techniker
- Personen, die den Umgang mit ihren Kunden optimieren wollen

Inhalte

Modul 1

- Alleinstellungsmerkmale
Was können wir besonders gut?
Was zeichnet meine Mitbewerber aus?
Zahlen, Daten, Fakten, wo wir wirklich besser sind Kaufmotive
Was bewegt die Kunden, bei uns zu kaufen?
- 6 Verkaufsschritte
Mit System zum Erfolg

Modul 2

- Menschenkenntnis
Einführung DISG-Modell mit Selbsttest
Was ist wichtig beim 1. Eindruck?
- Kommunikation
nonverbale Kommunikation mit Mimik, Gestik
- Fragen, Zuhören
- Vorbereitung
Wie bereite ich mich professionell auf eine Verkaufssituation vor?
- Kaltakquise – was gilt es zu beachten?

Modul 3

- Die „Marke ICH“
Wie kann ich mich selber verkaufen
- Bedürfnisse ermitteln
Welche Fragen stelle ich dem Kunden?
- Selbstbild/Fremdbild
Wie nehmen mich die anderen wahr?

Modul 4

- Einwandbehandlung
Welche Einwände hören wir am häufigsten?
Wie gehe ich mit den einzelnen Einwänden um?
- Preisnennung
Wie verpacke ich den Preis richtig?
- Kaufsignale
Wie erkenne ich, ob der Kunde schon kaufen will?

Modul 5

- Verkaufsabschluss
Welche Techniken wende ich an?
Wie reagiere ich auf die einzelnen Kundentypen (DISG-Modell)
- Zeitmanagement
Wer oder was stiehlt mir die Zeit?
Wie organisiere ich mich richtig?

Modul 6

- Reklamationen / Beschwerdemanagement
Was muss ich bei Reklamationen beachten?
Wie schaffe ich es, durch gute Reklamationsbehandlung Kunden zu binden?

Modul 7

- Präsentation/Rhetorik
Wie präsentiere ich richtig?
Was muss ich bei einer Präsentation beachten?
Welche Techniken wende ich an?

Modul 8

- Menschenkenntnis
Vertiefung DISG-Modell
Wie gehe ich in den verschiedenen Verkaufssituationen mit den einzelnen Typen um?
Wie ticken wir? Vorstellung eines Persönlichkeitsmodells, durch das Enneagramm.

Spitze im Verkauf 6 – Diplomprüfung

Im Anschluss an den Lehrgang können Sie zur Diplomprüfung antreten und das WIFI-Diplom Spitze im Verkauf erhalten.

Organisatorische Details

Finden Sie unter: tirol.wifi.at/verkauf

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des WIFI Tirol, nachzulesen im WIFI- Kursbuch oder unter www.tirol.wifi.at/agb

Informationen zum Thema Förderungen finden Sie auf unserer Homepage unter www.tirol.wifi.at/foerderungen

Sales Management

Ziel

Fachkenntnisse und Verkaufstechniken allein genügen in der heutigen schnelllebigen Zeit nicht mehr. Es muss vielmehr sichergestellt sein, dass speziell Führungskräfte mit emotionalen Situationen umzugehen wissen, um ihre Mitarbeiter an Spitzenleistungen heranzuführen.

In der Ausbildung werden sämtliche Themen und Inhalte vermittelt, die für einen Verkaufsleiter bzw. Vertriebsleiter wichtig sind. Ziel ist es, praktische Inhalte zu vermitteln, um die Herausforderungen des täglichen Geschäftslebens erfolgreich zu bewältigen.

Ein weiteres Ziel ist es, Ihren Mitarbeitern die Philosophie des kundenorientierten und abschluss sicheren Verkaufens zu vermitteln. Kundenorientiertes Verkaufen heißt, den Kunden in den Mittelpunkt aller Bemühungen zu stellen, seine Fragen ganzheitlich zu lösen und seine Zufriedenheit als Garant für langfristige Partnerschaft zu verstehen.

Nutzen

- Vertiefung der eigenen Kompetenz (fachlich, persönlich, sozial)
- Erfolgreich durch gutes Eigenmanagement und Konfliktmanagement
- Persönliche Weiterentwicklung bei Selbstwertgefühl, Profil, Einfühlungsvermögen und Kompetenz
- Erfolgreich Arbeiten und Steuern durch Projektmanagement und strategisches Kundenbeziehungsmanagement
- Sicherheit bei betriebswirtschaftlichen Entscheidungen durch praktisches Wirtschaftswissen
- Lesen und Interpretieren von Betriebskennzahlen
- Kennenlernen von Führungssystemen und Personalentwicklungssystemen
- Sicherheit in der Kommunikation und Führung der Mitarbeiter
- Sicherheit im Umgang mit Groß- bzw. Schlüsselkunden
- Trainieren der Schwerpunkte im kompletten Gesprächsablauf: Von der Bedarfsanalyse über die richtige Argumentation und der Einwandbehandlung bis hin zum Zusatzverkauf
- Aufbau eines eigenen Kontrollsystems, der Umgang mit Reklamationen und die Kundenbindung
- Praktische Anwendung in Form einer Projektarbeit mit einem Thema aus dem betrieblichen Umfeld

Die Wissensvermittlung erfolgt ausschließlich durch Trainer mit langjähriger Praxis, sowie mit betriebswirtschaftlicher und psychologischer Ausbildung.

Zielgruppe

- Mitarbeiter im Innen- und Außendienst mit Verkaufserfahrung
- Mitarbeiter aus dem Marketingbereich mit Kundenkontakt und Praxis
- Technische Kundendienstmitarbeiter
- Filialleiter
- Produktmanager
- Führungskräftenachwuchs, Führungskräfte im Bereich Verkauf/Vertrieb
- Angehende Verkaufsleiter und Vertriebsmanager
- Mitarbeiter, die die Position der Verkaufs-/Vertriebsleitung anstreben
- Verkaufs-/Vertriebsleiter, die ihre Kompetenzen optimieren wollen
- Kurz: Alle mit der Idee, mehr aus sich zu machen

Voraussetzungen

Verkaufspraxis und der Wille, sich auf die Herausforderungen im verkäuferischen Geschäftsleben vorzubereiten, sowie sich engagiert weiterzuentwickeln und zu verbessern.

Anzustrebende Positionen

Diese Höherqualifizierung bietet eine umfassende Ausbildung und bereitet Sie durch Training optimal auf die Position eines Verkaufsleiters oder eines Vertriebsleiters vor.

Anerkennung

Der Absolvent erhält seine Anerkennung schnell in der Praxis, weil er durch das umfassende Wissen in den wichtigsten Geschäftsbereichen wie Verkauf, Organisation, Marketing und Mitarbeiterführung die kompetente Ansprechperson für ein Unternehmen ist.

Inhalte

Rollenbild Verkaufsleiter

- Kompetenzfelder • Kompetenzenrad • Fach-, Methoden-, Sozial-, Managementkompetenzen • Eigenverkauf • Anforderungsprofil Verkaufsleiter

Verkaufsleiter als Führungskraft

- Was heißt „Führen“ • Führungsinstrumente • Mbo • Ziel- und Planungsverfahren

Führungsstile

- Theoretische Modelle • Verschiedene Arten von Führungsstilen • Welcher Führungsstil für welche Mitarbeiter

Effektive Personalentwicklung

- Personalauswahl • Verkaufsleiter als Coach • Mitarbeitergespräch • Tadelgespräch • Stellenbeschreibung • Gehaltsverhandlungen

Verkaufsprozess

- Beherrschen der Verkaufsprozesse • Vorbereitung • Der gute Abschluss • Einwands-, Reklamationsbehandlung

Persönlichkeitsmodelle

- DISG • Transaktionsanalyse

Betriebswirtschaft

- Betriebskennzahlen • Preisgestaltung • Planungsrechnung • Controlling

Projektmanagement

- Was ist ein Projekt? • Planung • Projektstruktur • Projektphasen • Auftrag/Abwicklung



CRM

- Strategisches Kundenmanagement • Kundenbindung • Kundenbetreuung, -pflege

Selbstmanagement/Zeitmanagement

- Persönliche Einstellung • Wichtig – Dringend • Richtiges Delegieren • Sitzungsleitfaden • Was tun vor, während, nach der Sitzung?

Vertriebssteuerung

- Marktbeobachtung und Marktbearbeitung • Entlohnung • Key-Account

Teamführung und Teamarbeit

- Teamentwicklungsprozesse • Konflikttechniken • Mitarbeitermotivation

Präsentationstechniken

- Selbstsicherheit • Richtiges Wirken • Sicheres Präsentieren vor Kunden • Präsentationen gestalten • Grundzüge der Rhetorik

Marketing Grundzüge

- Umfeld und Marktbedingungen • Analysen und Planung • Marktforschung • Produkt-, Leistungs-, Preis-, Distributions-, Kommunikationspolitik • Verkaufsleiter als Verbindungsmanager zur Geschäftsleitung • Strategisches Marketing • Marketing Controlling

Methodik/Didaktik

- Kurzreferate der Trainer
- Gruppenarbeit
- Adäquater Medieneinsatz
- Arbeitsblätter und Checklisten
- Feedback, Selbstkontrolle und Selbstbewertung
- Diskussion/Besprechung
- Ausarbeitung von Fallbeispielen aus dem Praxisumfeld der Teilnehmer

Die für die Abschlussprüfung notwendige Projektarbeit bedeutet das „Gestalten von realen Situationen“. In der Projektarbeit soll - wenn möglich - ein Vorhaben aus der persönlichen Praxis des Teilnehmers behandelt werden. Ist dies nicht möglich, kann die Projektarbeit an Aufgaben anderer Organisationen anknüpfen.

Prüfung und Abschluss

Der Kurs schließt mit einer schriftlichen Prüfung ab. Sie beinhaltet die Erstellung einer praxisbezogenen Projektarbeit, die Präsentation dieser sowie eine mündliche kommissionelle Abschlussprüfung.

Organisatorische Details

Finden Sie unter: tirol.wifi.at/verkauf

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des WIFI Tirol, nachzulesen im WIFI- Kursbuch oder unter www.tirol.wifi.at/agb

Informationen zum Thema Förderungen finden Sie auf unserer Homepage unter www.tirol.wifi.at/foerderungen

Key-Account-Management

Ziel

80 Prozent ihres Umsatzes erzielen Unternehmen heute mit nur 20 Prozent der Kunden. Umso gefragter sind qualifizierte Key-Account-Manager/innen: Lernen Sie jetzt, die Bedürfnisse Ihrer Schlüsselkunden richtig zu analysieren, individuelle Kundenstrategien im Einklang mit Ihren Unternehmenszielen planvoll umzusetzen und Marktpotenziale in beiderseitigem Interesse optimal auszuschöpfen.

Die richtige Antwort auf die heute entscheidende Frage, wie betreuere ich große, wichtige Kunden – sogenannte Key-Accounts – optimal, ist die, in dem ich einen eigenen professionellen Großkundenbetreuer einsetze: den Key-Account-Manager!

Nutzen

Für Teilnehmer, die mit den Konzepten des Key-Account-Managements das erste Mal konfrontiert werden: neben der fundierten Theorieausbildung können sie sich in den Praxisübungen „ausprobieren“.

Für Teilnehmer, die mit den Konzepten des Key-Account-Managements vertraut sind oder schon im Key-Account-Management tätig sind: neben der Auffrischung der theoretischen Hintergründe, angeleitet durch den Trainer, können sie neue Kommunikationsvarianten erarbeiten, um noch authentischer ihren eigenen Stil zu entwickeln.

Zielgruppe

- Key-Account-Manager, die ihr Wissen auf eine solide Basis stellen möchten
- Außendienstmitarbeiter, Innendienstmitarbeiter
- Mitarbeiter, die im verkaufsorientierten Umfeld tätig sind
- Mitarbeiter aus dem Marketingbereich mit Kundenkontakt
- Verkaufsmitarbeiter, die ihre Kompetenzen optimieren wollen
- Kurz: Alle mit der Idee, mehr aus sich zu machen

Voraussetzungen

- Praxis im Verkauf und/oder Marketing
- Starke Verkaufsorientierung
- Die Bereitschaft, sich auf Neues einzulassen und wesentliche Schritte Richtung Top-Professionalität zu gehen

Inhalte

Klassischer Verkauf versus Key-Account-Management

- Einordnung der Begriffe und Abgrenzungen zu anderen Konzepten
- Ziele des Key-Account-Managements
- Erforderliche Eigenschaften und Kompetenzen eines Key-Account-Managers
- Stellenbeschreibung und Anforderungsprofil eines Key-Account-Managers
- Arten von Key-Accounts
- Gründe für die Einrichtung von Key-Account-Management

Target-Account-Management

- Finden Sie heute die Key-Accounts von morgen
- Der fokussierte Einsatz der Zeit- und Kraftreserven im Key-Account-Management bringt höhere Umsätze und größeren Erfolg
- Stellen Sie schon in einer frühen Akquisitionsphase fest, ob der angesprochene Kunde das Potenzial hat, einmal ein „Key-Account“ zu werden – also einer der 20 % der Kundinnen/Kunden, die einer Firma 80 % des Umsatzes bringen

Werkzeuge und Vorgehensweisen des Key-Account-Managements

- Die Idee von Selling Center und Buying Center
- Kundenkontaktpläne mit besonderer Rücksicht auf hierarchische Gegebenheiten
- Kundenanalyse – Entwicklung von kundenbezogenen Strategien
- Sales Strategien und Counter Tactics
- Werteorientiertes Verkaufen
- Suche nach dem Nutzen für die Kunden

Verkaufspräsentationen

- Analyse meines Gegenübers
- Nutzenanalyse
- Nutzenvisualisierung
- Zielformulierung für Präsentationen
- Gezielter Medieneinsatz
- Fragetechniken
- Stressmanagement

Case Study

2 Tage lang schlüpfen die Teilnehmer in eine der vielfältigen Rollen auf Seite von Einkäufer- und Verkäufer-Teams im spannenden Wettbewerb um den Geschäftserfolg

- Briefing-Gespräch
- Definition der eigenen Positionierung
- Analyse der Käuferorganisation
- Erarbeitung der Kundennutzenszenarien
- Re-Briefing
- Angebotspräsentation
- Preis-/Endverhandlung

Prüfung und Abschluss

Nach Durchführung des letzten Workshops schließt der Lehrgang mit einer mündlichen kommissionellen Abschlussprüfung ab. Es wird am Vormittag eine Fallstudie ausgearbeitet. Diese wird am Nachmittag präsentiert. Dazu kommen Wissensfragen. Die Bewertung für das Zeugnis erfolgt durch diese beiden Teile.

Alle Absolventen mit positivem Abschluss erhalten ein Zeugnis mit der Gesamtbeurteilung und den Prüfungsfächern mit Stundenumfang auf der Rückseite. Alle Teilnehmer, die mindestens 75 % der Kurszeit anwesend waren, erhalten eine Teilnahmebestätigung.

Organisatorische Details

Finden Sie unter: tirol.wifi.at/verkauf

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des WIFI Tirol, nachzulesen im WIFI- Kursbuch oder unter www.tirol.wifi.at/agb

Informationen zum Thema Förderungen finden Sie auf unserer Homepage unter www.tirol.wifi.at/foerderungen

Ihre Ansprechpartnerin

WIFI der Wirtschaftskammer Tirol
Egger-Lienz-Straße 116, 6020 Innsbruck

Karin Klocker, MSc
t: 05 90 90 5-7260
e: karin.klocker@wktirol.at

Das WIFI erfüllt seit 1995 die jeweils höchsten Qualitätskriterien im Bildungsbereich.

Stand: September 2018



Um eine gute Lesbarkeit der WIFI-Informationen zu gewährleisten, wird für Berufe, Zielgruppen und Personen eine geschlechtsneutrale Form gewählt.

