

Consultative Selling

Resultat-Workshop

Dieser Workshop wird nur firmenspezifisch durchgeführt. Gemeinsam mit Ihnen und Ihren Mitarbeitenden erarbeiten wir die besten Lösungen zu aktuellen Herausforderungen und Aufgabenstellungen.

Vorgehen

Sie schildern uns Ihre Erwartung an den Nutzen des Workshops. Wir erstellen dann ein unverbindliches Angebot.

Daten

Termin, Ort: zu vereinbaren

Dauer: 2 Tage

Gebühr: gemäss Offerte

Projektanfragen

Telefon: +41 71 225 40 80

E-Mail: inhouse@sgbs.ch

Internet: www.sgbs.ch/ws10

Zielgruppe

Berater aus den Bereichen Unternehmensberatung, Engineering/Ingenieurwesen, IT, New Media, Treuhand, Anwaltskanzleien, Kommunikation. Verantwortliche für den Verkauf von Lösungen und komplexen Leistungen. Ihnen gemeinsam ist die Erkenntnis, dass Verkauf von hochwertigen Dienstleistungen und Lösungen eine extrem an-

spruchsvolle Aufgabe ist, über die es sich lohnt, neues Wissen aufzunehmen und Erfahrungen zu übernehmen.

Übersicht

Das Beratungsgeschäft gehorcht eigenen, sehr spezifischen Gesetzmässigkeiten:

- Vertrauen, Analysekompetenz sowie Stärke im situativen Erkennen von Bedarf und Konzipieren von Lösungen zeichnen fachlich gute Berater/innen aus.
- Empathie, Sympathiewert, persönliche Glaubwürdigkeit und professionelles Auftreten ermöglichen die unerlässliche emotionale Kompetenz.
- Es braucht die Fähigkeit, den Kundennutzen einer abstrakten, oft komplexen Lösung verständlich zu kommunizieren.
- Aus hohem Kundennutzen müssen hohe Wertschöpfung, rentable Kunden und rentable Aufträge dank verkäuferischem Talent entstehen.
- Volles Engagement für die optimale Kundenzufriedenheit und ein totales Comittement für die Projektziele runden den perfekten Consultant ab.

Konzeption

Wer Dienstleistungen und Lösungen verkauft, braucht ganz besondere Fähigkeiten:

- Die Fähigkeit, das oft komplexe Kundenproblem rasch zu verstehen
 - Die Kunst, dem Kunden zu zeigen, dass sein Problem allenfalls grösser als gedacht und eine Unterstützung daher sehr empfehlenswert ist
 - Die Fähigkeit, situativ den bestgeeigneten Lösungsansatz zu skizzieren, ohne im Detail schon zu wissen, wie die optimale Lösung am Ende dann sein wird
 - Die Stärke, für eine gute Lösung auch einen guten Preis zu verlangen und durchzusetzen
 - Die Kompetenz, das was versprochen wird, dann auch wirklich liefern zu können.
- Die Basis jeder Beratungstätigkeit ist das Vertrauen.
- Das Vertrauen in die Organisation. Je stärker die Marke des eigenen Unternehmens, desto besser.
 - Das Vertrauen in Sie als Berater/in

Mit der Vergabe eines Beratungsprojekts kauft sich der Kunde Experten, die es «wissen müssen» und die er ein Stück weit in die Verantwortung für den Erfolg mit integriert. Geht etwas schief, dann haben es die Berater empfohlen und somit hat der Kunde ja alles getan, was er tun konnte.

Diese zumindest «moralische» Mitverantwortung des Beraters bringt es mit sich, dass der gute Ruf und die Reputation des Auftragnehmers Entscheidungskriterium für die Auftragsvergabe sind.

Der Kunde will jedoch nicht nur die richtige Beratungsunternehmung, er will auch die oder den richtigen Berater. Somit geht es auch um Sie persönlich als Marke: «Was qualifiziert Sie, Berater des Kunden zu werden?»

Themen

- Identität und Rolle des Consultants
- Leistungsangebot: Was qualifiziert, andere zu beraten?
- Das beratende Kundengespräch
- Das Kundenbedürfnis herausarbeiten
- Den Kundennutzen verständlich kommunizieren
- Die Vorteile des eigenen Leistungsangebots
- Der Verkaufsprozess im Verkauf von Beratungsdienstleistungen
- Kundenzufriedenheit und Beziehungsmanagement
- Kundenpotenziale im Zeitablauf