



Jan Freynick

Senior Trainer & Senior Coach



>20

Jahre Erfahrung

100%

Überzeugung

12.000

Begeisterte Teilnehmer



AUSBILDUNG

- **Ausbildung zum Industriekaufmann**
RZ Chemie GmbH, Meckenheim
- **Studium Werbung, Marketing & Kommunikation**
Fachhochschule Pforzheim
- **Trainer-/Coach- Ausbildung**
Intelligenz System Transfer, Konstanz
- **Zertifizierung zum Profile Dynamics Berater**
Profile Dynamics Deutschland, Hamburg



ÜBER MICH

Standort
Brühl / Köln

Jahrgang
1975

Motto
Love It, Change It or Leave It



SCHWERPUNKTE

Führung & Managemententwicklung
Kommunikation & Rhetorik
Vertrieb & Verkauf
Trainer- und Coach-Ausbildung



ERFAHRUNGEN

Verkauf von Mobilfunk/Pay-TV-Produkten
Dozent der Europäischen Fachhochschule EUFH, Brühl
Geschäftsführer der intermedia-advertising GmbH,
Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der
inside-intermedia Gruppe



REFERENZEN & PROJEKTE

- Durchführung eines kennzahlenbasierten Entwicklungsprogramm für den direkten Vertrieb eines Telekommunikationsanbieters
- Point-of-Sales-Coachings für eine internationale Elektro-Fachmarktkette
- Training für verbesserte Händlerkommunikation bei einem internationalen Elektronikkonzern
- Vertriebs- und Verkaufstrainings für einen Pay-TV-Anbieter
- Führungskräfte-Coachings für einen internationalen Reiseveranstalter
- Führungskräfte-Coachings für einen bundesweiten Baumarkt-Anbieter
- Change-Management-Workshops bei der Einführung eines neuen Warenwirtschaftssystems eines Handelskonzerns



SPRACHEN

Deutsch

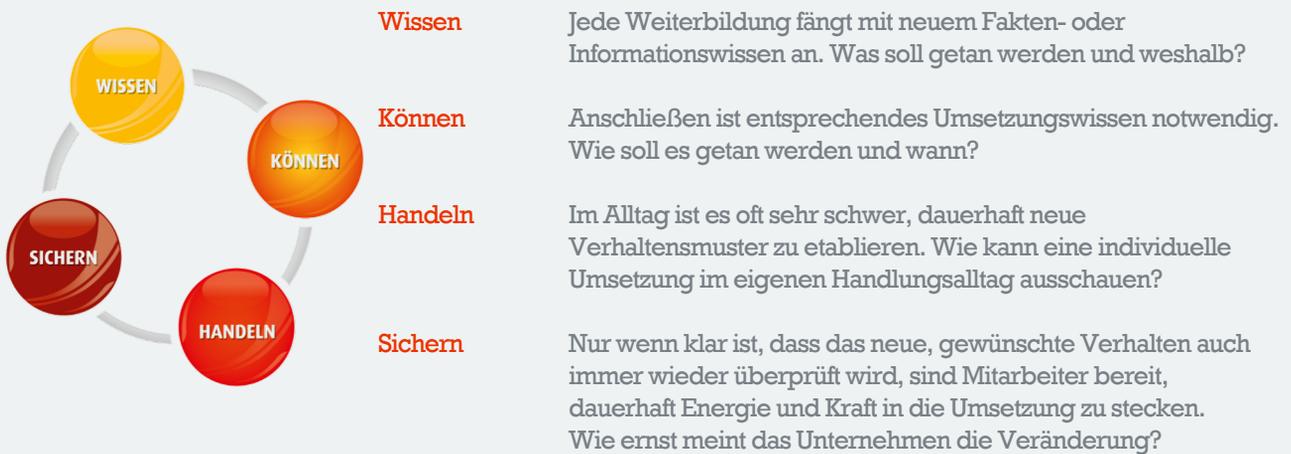
✉ j.freynick@inside-intermedia.de

☎ 02232 / 500446-00

🌐 www.inside-intermedia.de

TRAININGSPHILOSOPHIE

In unseren Trainings ist es uns besonders wichtig, dass Teilnehmer erleben, was wir Ihnen für Führung, Verkauf oder Vertrieb mitgeben möchten. Dabei steht das Bild, dass gelungene Kommunikation eine „Begegnung auf Augenhöhe“ ist, immer im Fokus. Didaktisch folgt jedes unserer Trainingskonzepte den folgenden vier Bausteinen:



VERKAUFSPHILOSOPHIE

Heute gibt es in nahezu allen Märkten größtmögliche Transparenz in Verfügbarkeit, Leistung und Preis. Die Aufgabe des Verkäufers ist es, aus der Vielfalt der Angebote die für den Kunden richtige Lösung herauszuarbeiten, in dem er Produkte und Dienste zu einer Lösung zusammen- und die individuellen Leistungsvorteile für den Kunden herausstellt.

FÜHRUNGSPHILOSOPHIE

Nur wenn Mitarbeiter spüren, dass sie gesehen werden und sie einen sinnvollen, wichtigen Teil der Arbeit im Unternehmen verrichten, sind sie bereit, dauerhaft Höchstleistungen zu bringen. Ein Unternehmen kann nach außen daher nur so kundenorientiert sein, wie es nach innen mitarbeiterorientiert ist.