



Seminar

Erfolgreicher Vertrieb im Engineering

11.04. bis	12.04.2011	(Seminarnummer: 40111)	in München
20.06. bis	21.06.2011	(Seminarnummer: 40211)	in Düsseldorf
05.09. bis	06.09.2011	(Seminarnummer: 40311)	in Stuttgart
28.11. bis	29.11.2011	(Seminarnummer: 40411)	in München

Erfolgreicher Vertrieb im Engineering

Der professionelle Umgang mit dem Kunden im Engineering ist für den Geschäftserfolg außerordentlich wichtig.

Im Engineering sind die wichtigsten Faktoren der eingesetzte Mitarbeiter, die Führungskraft des Unternehmens sowie der Umgang mit dem Kunden und dem Einkauf.

Mit Werkzeugen, Methoden sowie mit praktischen Übungen trainieren und üben Sie die Umsetzung von Kunden-, Mitarbeiter- und Einkaufsgesprächen. Unterstützt werden die Trainings mit der Videoanalyse.

Ihr Nutzen

In unserem Training

- lernen Sie den Mitarbeiter auf den Einsatz im Engineering vorzubereiten,
- trainieren Sie die Gesprächsführung am Telefon und beim Kunden vor Ort,
- erhalten Sie ein Rüstzeug um Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalysen durchzuführen,
- üben Sie Verhandlungen zu führen und beim Einkauf zu bestehen,
- optimieren Sie die Kundenzufriedenheit durch eigene Professionalität,
- bekommen Sie Inhalte zum Aufbau von positiven Kundenbeziehungen.

Seminarmethoden

Impulsreferate, Praktische Übungen, Gruppenarbeit, Rollenspiele, praxisorientierte Fallstudien, Diskussionen und Erfahrungsaustausch. Der Praxisbezug des Seminars steht im Vordergrund, so dass erworbene Fähigkeiten problemlos umgesetzt werden können.

Zielgruppe

Das Training wendet sich an Führungskräfte im Engineering. Außerdem sprechen wir Vertriebsbeauftragte, Key Account Manager, Vertriebsleiter, Sales Manager und Marketingverantwortliche sowie Geschäftsführer an, die ihr Engineering - Vertriebswissen optimieren wollen.

Nächsten Termine - Seminardauer: 2 Tage

11.04. bis 12.04.2011	(Seminarnummer: 40111)	in München
20.06. bis 21.06.2011	(Seminarnummer: 40211)	in Düsseldorf
05.09. bis 06.09.2011	(Seminarnummer: 40311)	in Stuttgart
28.11. bis 29.11.2011	(Seminarnummer: 40411)	in München

Seminarprogramm (Überblick)

1. Aufgaben, Eigenschaften und Schnittstellen im Engineering

- Interne Schnittstellen: Vertrieb, Top – Management, Marketing, Key Account Management
- Das magische Viereck im Engineering
- Wichtige Definitionen im Bereich Engineering: A,B,C – Kunden
- Der Vertriebstrichter

2. Wettbewerb- und Bedarfsanalyse

- Vertriebswerkzeuge: Kundenkontakt, Akquisition, Kundengespräch
- Marketingwerkzeuge: Kommunikation, Außenauftritt
- Vertriebsaufgaben
- Wettbewerbsanalysen: SPOS, SPOT, SWOT, Porter - Analyse
- Alleinstellungsmerkmale
- Abgrenzung zum Wettbewerb

3. Der Kunde steht im Mittelpunkt

- Wünsche und Ziele in der Analyse
- Kundenpotentiale
- Beschaffung von Kundendaten und Material
- Die Kaltakquise (Vorgehensweise, Struktur)
- Betrachtung von Kundenpotentialen
- Professioneller Kontakt am Telefon
- Kundeninformationen einholen
- Triple Win - Strategien

4. Der Mitarbeiter im Engineering

- Briefing für den Kundeneinsatz
- Schnittstelle zwischen Kunden, Einkauf und eigenem Unternehmen
- Visitenkarte des Unternehmens
- Auftreten, Kleidung und Sympathie
- Projektstatus und Nachhaltigkeit
- Zusammenarbeit mit der Engineering Führungskraft - Erwartungshaltungen
- Das ansprechende Mitarbeiterprofil

5. Das Vertriebsgespräch mit dem technischen Kunden

- Lösungsdarstellung
- Der sympathische Einstieg
- Professionelle Vorstellung des Unternehmens, der Dienstleistungen sowie der eigenen Person
- Professionelle Vorstellung des Mitarbeiters
- Beziehungsaufbau
- Zielorientierte Gesprächsführung
- Einsatz von Fragetechniken
- Das Jahres- / Projektgespräch
- Kundenorientierte Argumentationen
- Umgang mit Widersprüchen
- Lösungsdarstellung im Angebot / beim Kundengespräch
- Die Angebotserstellung

6. Der Einkauf

- Ziele und Auftreten des Einkaufs
- Strategien des Dienstleistungseinkaufes
- Annäherung an die Augenhöhe
- Der Einkauf als Informationsquelle

7. Die Einkaufsverhandlung (mit Videoanalyse)

- *Training von telefonischen Verhandlungen und persönlichen Verhandlungen*
- Richtiger Umgang mit dem Einkauf
- Zu jeder Anfrage ein Angebot?
(Analyse von Anfragen)
- Hit Rate und Hit Rate - Optimierung

8. Nachhaltigkeit

- Der Vertriebsabschluss
- Neue Anfragen
- Marketing für neue Mitarbeiter

9. Besprechung von Praxisfällen der Lehrgangsteilnehmer

- Tipps in der Praxis
- **Nach dem täglichen Seminarende steht der Dozent für ein persönliches Coaching bezüglich praktischen Tipps und Erfahrungen kostenfrei zur Verfügung.**

Trainer

MBA, Dipl.- Ing. (TU), Dipl.- Ing. (FH), Betriebswirt **Wolfgang Möckel** ist Geschäftsführer der Mmc GmbH, einer international und national tätigen Unternehmensberatung.

Spezieller MBA mit dem Schwerpunkt: Industriemarketing und Technischer Vertrieb [München und San Diego (USA)]

In der Unternehmensberatung konzentriert er sich im Schwerpunkt auf die Beratung von Kunden zum Thema Vertrieb und Industriemarketing.

Davor hatte er in den letzten 12 Jahren unterschiedliche Leitungsaufgaben in Funktionen als Geschäftsbereichsleiter, Abteilungsleiter beziehungsweise Niederlassungsleiter im In- und Ausland.

Wolfgang Möckel besitzt langjährige Erfahrung in der disziplinarischen Führung von über 100 Mitarbeitern im Engineering. Der Auf- und Ausbau von Bereichen im Engineering war hier der Schwerpunkt.

Sehr gerne kann Ihnen ein ausführliches Profil zugesendet werden.

Teilnahmegebühr und Rabattsystem

Die Teilnahmegebühr beträgt **1100,- zzgl. MwSt.** Bei der Buchung eines 2. Teilnehmers wird 10 % Rabatt gewährt. Bei der Buchung weiterer Teilnehmer eines Unternehmens wird 20 % Rabatt berechnet.

Leistungen

Im Leistungsumfang sind neben dem Training die Tagungsgetränke, die Kaffeepause sowie das Mittagessen enthalten. Ausführliche Unterlagen werden den Teilnehmern am Veranstaltungsort ausgehändigt.

Zertifikat

Jeder Teilnehmer erhält am Ende des Seminars ein persönliches Teilnahmezertifikat sowie eine DVD der persönlichen Videoanalyse.

Hotel / Anmeldung

Bei Buchung des Seminars erhalten Sie eine Anmeldebestätigung. Hier ist auch das Tagungshotel mit Kontaktdaten angegeben. Diesbezüglich erhalten Sie bei Nennung des Trainings in fast allen Fällen (außer bei Messeterminen) kostengünstige Konditionen.

Teilnehmer

Um einen optimalen Lernerfolg zu erhalten, haben wir die Teilnehmerzahl auf **8 Personen** begrenzt.



Inhouse

Das Seminar kann auch gerne Inhouse durchgeführt werden. Sprechen Sie mit uns!

Seminarzeiten

1. Tag: 9:30 – 17.30, 2. Tag: 9:00 – ca. 17.00

Dokument: Rev.02/011210

Anmeldung



Onlineanmeldung (training@mmc-con.com) oder

per Post an

Mmc GmbH

Wolfratshauser Str.23

D - 82538 Geretsried

oder

per Fax an

Fax +49 (0)8171 346 542

Tel. +49 (0)8171/345 958

Mail: training@mmc-con.com

Internet: www.mmc-con.com

Hiermit buche/n ich/wir die Veranstaltung/en:

Titel der Veranstaltung

Seminarnummer

Name des 1. Teilnehmers

Ort und Termin

Titel der Veranstaltung

Seminarnummer

Name des 2. Teilnehmers

Ort und Termin

Titel der Veranstaltung

Seminarnummer

Name des 3. Teilnehmers

Ort und Termin

Rechnungsanschrift

Firma

Ansprechpartner

Funktion im Unternehmen

Straße

PLZ / Ort

Tel. / E - Mail

Datum

Unterschrift

AGB – Schulung

Teilnahmegebühren: Die Teilnahmegebühren enthalten: Die Teilnahme am Seminar, Seminarunterlagen sowie die Tagungsgetränke und je Schultag ein Mittagessen. Etwaige Übernachtungskosten sind nicht in den Teilnahmegebühren enthalten. Die Rechnung erhalten Sie beim Seminarbeginn.

Rücktritt: Ein Rücktritt ist schriftlich an die obige genannten Daten (Fax, Adresse) zu senden. Selbstverständlich kann kostenfrei ein Ersatzteilnehmer benannt werden. Anfallende Stornokosten werden wie folgt berechnet:

Offene Seminare:

1. mehr als 20 Werktagen vor Beginn: keine Gebühren
2. 10 – 20 Werktagen vor Beginn: 50% der Teilnahmegebühren
3. weniger als 10 Werktagen vor Beginn: 100% der Gebühren

Managementprogramme und Inhouse Seminare:

1. mehr als 30 Werktagen vor Beginn: keine Gebühren
2. 15 – 30 Werktagen vor Beginn: 50% der Teilnahmegebühren
3. weniger als 15 Werktagen vor Beginn: 100% der Gebühren

Rabattsystem: Nimmt ein weiterer Teilnehmer derselben Firma an der Schulung teil, wird ein Rabatt von 10% eingeräumt. Weitere Teilnehmer eines Unternehmens erhalten 20% Preisnachlass.

Sonstiges: Änderungen zu Inhalt oder Ablauf eines Seminars beziehungsweise der Ersatz angekündigter Dozenten können erfolgen, sofern die Ergebnisse der Veranstaltung gewahrt bleiben. Aus wichtigem Grunde, insbesondere bei Erkrankung des Dozenten oder zu geringer Teilnehmerzahl sind wir jedoch berechtigt, gegen volle Rückerstattung gezahlter Gebühren den Lehrgang zu verschieben oder abzusagen. Darüber hinaus gehende Ansprüche des Kunden können nicht geltend gemacht werden.

Datenschutz: Die Teilnehmer werden darauf hingewiesen, dass die erhobenen Daten von der Mmc GmbH in maschineller Form gespeichert und im Rahmen der Zweckbestimmung des Vertragsverhältnisses verarbeitet werden. Vertrauliche Datenbehandlung wird gewährleistet.