



Seminar

Vertrieb und Marketing von Dienstleistungen

14.01. bis	15.01.2014	(Seminarnummer: 30114)	in Düsseldorf
10.03. bis	11.03.2014	(Seminarnummer: 30214)	in München
19.05. bis	20.05.2014	(Seminarnummer: 30314)	in Hamburg
08.07. bis	09.07.2014	(Seminarnummer: 30414)	in München
22.09. bis	23.09.2014	(Seminarnummer: 30514)	in Düsseldorf
23.10. bis	24.10.2014	(Seminarnummer: 30614)	in München
17.11. bis	18.11.2014	(Seminarnummer: 30714)	in München
15.12. bis	16.12.2014	(Seminarnummer: 30814)	in Düsseldorf

Erfolgreicher Vertrieb und Marketing von Dienstleistungen

Das erfolgreiche Marketing und der Vertrieb von Dienstleistungen ist beim Kunden Vertrauenssache. Eine Ware kann der Kunde umtauschen. Bei Dienstleistungen muss das anbietende Unternehmen deutlich mehr durch Kompetenz, Strategie sowie durch deren Mitarbeiter überzeugen, um erfolgreich Leistungen platzieren zu können.

Mit Werkzeugen, Methoden sowie mit praktischen Übungen trainieren und üben Sie die Umsetzung von Dienstleistungen beim Kunden.

Ihr Nutzen

In unserem Training

- lernen Sie Werkzeuge für die Markt- und Wettbewerbsbewertung einzusetzen,
- erhalten Klarheit über Vertriebs- und Marketingstrategien beim Kunden,
- trainieren Sie, Methoden in der Praxis anzuwenden,
- optimieren Sie Ihre Gesprächsführung beim Kundengespräch,
- bekommen Sie Inhalte zum aktuellen Stand im Vertrieb und Marketing.

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 Mitarbeiter und Verantwortliche die Dienstleistungen anbieten sowie erfolgreich beim Kunden platzieren wollen. Außerdem sprechen wir Produkt- und Programmmanager, Marketingmanager, Key Account Manager, Vertriebsleiter, Sales Manager sowie Geschäftsführer an, die ihr Vertriebs- und Marketingwissen optimieren wollen.

Seminarprogramm (Überblick)

1. Aufgaben, Eigenschaften und Schnittstellen im Dienstleistungsmarketing und -Vertrieb

- Interne Schnittstellen: Vertrieb, Top – Management, Marketing, Produktmanagement
- B2B versus B2C Gegenüberstellung, Handlungsweisen
- Wichtige Definitionen im Bereich Vertrieb und Marketing: u.a. A,B,C – Kunden, Key Account
- Besonderheiten des Dienstleistungssektors

2. Wettbewerb- und Bedarfsanalyse

- Bedarfsanalyse beim Kunden, von aktuell bis langfristig
- Analyse des Wettbewerbs
- Erfolgsfaktoren
- Herausarbeiten der eigenen USP's
- SPOS, SPOT, SWOT, Porter Analyse
- **Einzelübung:** Analyse des eigenen Wettbewerbes, Herausarbeiten der Alleinstellungsmerkmale

3. Der Marketingprozess

- Analyse der eigenen Marketingprozesse im Unternehmen
- Der Marketingmix für Dienstleistungsunternehmen (7P's)
- Besonderheiten des Marketings bei Dienstleistungen: Produktpolitik
- Gestalten eines Innovationsmanagements
- Gezielte Werbemaßnahmen erarbeiten → Qualität vor Quantität
- Informationen aus der Beratungspraxis: Werbegestaltung
- Grundzüge des Marketingcontrollings
- **Einzelübung:** Analyse der eigenen Prozesse, Herausarbeiten von Potentialen, Konzeptentwicklung für Marketingmaßnahmen

4. Der Vertriebsprozess

- Analyse der eigenen Vertriebsprozesse im Unternehmen
- Besonderheiten des Vertriebs von Dienstleistungen: Personalpolitik
- Die erfolgreiche Angebots- und Unternehmenspräsentation
Unternehmen und Leistungen präsentieren
- Herausstellen der Fähigkeiten im Vertriebsauftritt
- **Teamübung:** Videoanalyse der Unternehmens- und Leistungsvorstellung

5. Der Kunde steht im Mittelpunkt

- Der professionelle Umgang mit dem Kunden
- Aktuelle Gesprächs-/ Besuchsregeln → Abgeleitete Maßnahmen
- Aufbau von Sympathie
- Analyse der aktuellen Kunden – Entscheideranalyse, Triple – Win Analyse
- Wie werden Entscheidungen beim Kunden gefällt?
- Kaufmotive
- Differenzierung von Neukunden und Bestandskunden, abgeleitete Maßnahmen
- Der richtige Einstieg
- **Training:** Handling von verschiedenen Kundentypen, Gesprächseinstieg, Aufbau von Sympathie (incl. Videoanalyse)

6. Lösungsdarstellung und Angebotswesen

- Verkaufsargumentation
- Inhalte von Angeboten
- Kalkulationsvarianten (Preisnachlässe, Rabatte)
- Anbieten von Zusatzleistungen und Optionen
- Angebotspräsentationen
- Richtiges Argumentieren
- **Training:** Lösungsdarstellung (incl. Videoanalyse) und Erarbeitung von Angebotsinhalten im Team

7. Kunden überzeugen

- In der Entscheidungsphase am Ball bleiben
- Umgang mit Einwänden mit Wert, Qualitäts- und Leistungseinwände
- Umgang mit Preiseinwänden
- Themen mit CRM - Systemen
- Der Dienstleistungsmitarbeiter
- Der professionelle Mitarbeiter

8. Aktuelles Marketing- und Vertriebswissen sowie Generierung von Zusatzgeschäft

- Aufbau einer eigenen Marke
- Bestandskundenpflege
- Kundenzufriedenheits- und Loyalitätsmanagement
- Erfolgreiche Akquisition in neue Märkte
- Erfolgreiche Akquisition verlangt Innovation

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)]. Ferner ist Herr Möckel als Dozent an Management Hochschulen aktiv.

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 in der High Tech Industrie mit dem Aufgabenschwerpunkt Vertrieb und Marketing.

Sehr gerne kann Ihnen ein ausführliches Profil zugesendet werden.

Teilnahmegebühr und Rabattsystem

Die Teilnahmegebühr beträgt **1000,- 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 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 – 17.00,

Dokument: Rev.03/120312

Anmeldung

Onlineanmeldung oder

per Post an

Mmc GmbH

Wolfratshauer 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

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) zuzusenden. 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 eines offenen Seminars 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.