

# Verkäufer-Akademie

Basis Schulung





「*«Was du verkaufst, ist wichtig, denn davon lebst du.  
Es ist deine Leistung – doch dich darfst du dabei nicht verkaufen!»*

*Bruno O. Sörensen*

# Wir machen Verkäufer.

Wenn man Unternehmen zum Thema Verkäufer befragt, hört man oft, dass gute Verkäufer schwierig zu finden sind. Die Kosten für das Rekrutieren und die Einarbeitung eines neuen Verkäufers, belaufen sich schnell auf ein halbes Jahresgehalt. Die gesamten fluktuationsbedingten Kosten liegen noch viel höher. Ein kostspieliges Unterfangen.

Aus diesem Grund haben wir die Verkäufer-Akademie entwickelt. Oft werden Jungverkäufer (aus Zeitgründen) nicht richtig in den Beruf des Verkäufers eingeführt, woraus eine hohe Fluktuation und die Herausforderung der Neubesetzung resultieren.

## **Genau hier setzt die Verkäufer-Akademie an.**

Wir begleiten Ihre Jungverkäufer in der Startphase und zeigen ihnen Wege und Möglichkeiten, Erwartungen und Zielvorgaben zu erfüllen und wecken so die Freude am Verkaufen.

Während der vier Schulungstage vermitteln wir grundlegende Verkäuferstrategien und das Verkaufshandwerk. Im Anschluss daran begleitet unser Verkaufstrainer jeden Jungverkäufer für zwei Tage persönlich in seinem Arbeitsalltag, um Chancen aufzuzeigen, das Gelernte erfolgreich und optimal umzusetzen.

## **Ihr Nutzen:**

- Reduktion von Fehlbesetzungen und Kündigungen im 1. Anstellungsjahr
- Einsparung von mehreren zehntausenden Franken
- schnellere und höhere Rentabilität der Verkäufer
- höhere Zufriedenheit aller Parteien (Kunde-Arbeitgeber-Arbeitnehmer)
- höhere Loyalität des Mitarbeiters
- erfolgreiche Jungverkäufer
- Durchführungsgarantie

Tag 1

# Grundlagen Kommunikation

Um im Verkauf erfolgreich zu sein, muss man seine Kunden verstehen. Die Botschaften müssen so gesendet werden, dass sie vom Empfänger verstanden werden. Am ersten Schulungstag werden die Grundlagen erarbeitet, um Missverständnisse zu minimieren. Die Grundtechniken zur empfangergerechten Kommunikation werden erlernt und das Verständnis für das Gegenüber gefördert.

## Lernziele: Der Teilnehmer ...

- kennt die Grundlagen der erfolgreichen Kommunikation
- kann erste Schritte im Arbeitsalltag einsetzen
- kann auf Konflikte und Einwände wirkungsvoll reagieren
- fühlt sich in schwierigen Verhandlungen sicher
- kann sich und den Gesprächspartner besser einschätzen

## Inhalte

- Grundkenntnisse DISG-Modell
- Sender-Empfängermodell
- 4-Ohren-Prinzip
- Konstruktivismus nach P. Watzlawick
- Motivationsmodell nach S. Freud und NLP
- Grundbedürfnisse des Käufers
- den Mehrwert empfangergerecht vermitteln
- Rollenspiel für den Praxistransfer

Tag 2

# Erfolgreich Termine vereinbaren

Ohne mit dem Kunden zu reden ist es schwierig etwas zu verkaufen. Die Terminvereinbarung per Telefon, gerade in der Neuakquise, ist für viele Verkäufer eine der größten Hürden. An diesem Tag werden Techniken erlernt, mit welcher Terminquote deutlich verbessert wird. Um als Verkäufer effizient und ökonomisch arbeiten zu können, schauen wir die Kundenselektion, Priorisierung und Tagesplanung an.

## Lernziele: Der Teilnehmer ...

- kennt die Argumente für erfolgreiche Terminvereinbarungen
- kann 4 Methoden auf sein Tätigkeitsfeld anwenden
- kennt die 4 häufigsten Einwände und kann diese mit auf ihn zugeschnittenen Techniken zur Einwandbehandlung bearbeiten
- ist mental auf Ablehnung vorbereitet und kann damit umgehen
- hat Werkzeuge zur effizienten Tages- und Wochenplanung
- kann sinnvoll eine ABC-Kundenanalyse machen und den Tätigkeitsfokus daraus ableiten

## Inhalte

- das Gesetz der Zahlen
- effiziente Gebiets-, Tages- und Wochenplanung
- Express-Terminvereinbarung
- Terminvereinbarung bei bestehenden Kunden
- Terminvereinbarung mit Aufzeigen einer Problematik
- die häufigsten Einwände beim Terminvereinbaren
- Einwandbehandlungstechniken für diese Einwände
- Rollenspiel für den Praxistransfer

## Bedarfsanalyse und Einwandbehandlung

Viele Verkaufschancen werden vertan, da der Verkäufer die Bedürfnisse des Ansprechpartners nicht richtig ermittelt, sondern wild darauf los präsentiert. Wir vermitteln ein strukturiertes Vorgehen, um die persönlichen Bedürfnisse des Ansprechpartners zu ermitteln. Einwände sind eine Chance und meist ein Wegweiser in Richtung Verkaufsabschluss. Wir lernen Chancen zu erkennen und zu nutzen.

### Lernziele: Der Teilnehmer ...

- kennt das Konzept der Bedarfsanalyse
- kann die Bedarfsanalyse anwenden
- kennt Schlüsselwörter, die helfen das Bedürfnis des Kunden zu ergründen
- kann seine Präsentation auf den Kunden anpassen
- kann nutzenorientiert präsentieren
- erkennt in Einwänden Chancen
- kann auf Einwände positiv und zielgerichtet reagieren
- kann bei einem Nein, die Türe beim Kunden offenhalten

### Inhalte

- allgemeines Vorgehen beim Kundentermin
- Konzept der Bedarfsanalyse
- Schlüsselwörter für die Entscheidungsmatrix beim Kunden
- nutzenorientierte Präsentationstechnik
- Einwände als Chancen erkennen
- Rollenspiel für den Praxistransfer
- 8 unterschiedliche Einwandbehandlungstechniken

## Abschlusstechniken

Im Alltag wird der Zeitpunkt für den Verkaufsabschluss oft verpasst, da die Kaufsignale überhört werden. In der Regel fehlt dem Verkäufer das Wissen, wie er ein Verkaufssignal provozieren und einen Abschluss erzielen kann. Zudem werden offene Fragen geklärt, um den Wissenstransfer der vergangenen Tage in die Praxis zu gewährleisten.

### Lernziele: Der Teilnehmer ...

- erkennt Kaufsignale des Kunden
- kann diese Kaufsignale provozieren
- kennt Techniken, um einen Verkauf elegant abzuschliessen
- kann alle Module im Alltag anwenden

### Inhalte

- Kaufsignale der Kunden
- Kaufsignale provozieren
- Rollenspiel für den Praxistransfer
- Fertigstellung des persönlichen Verkaufshandbuchs

## 2 Tage Feldcoaching

Am **Tag 1** des Feldcoachings liegt der Schwerpunkt auf der Terminvereinbarung und der -vorbereitung.

### Vorbereitung durch den Teilnehmer

- mindestens 20 Adressen von Neukunden, die er Terminieren möchte
- Terminierung von 2-3 Kundenterminen für den Nachmittag
- schriftliche Notizen, was bei den letzten Akquisetelefonaten und Terminen gut gelaufen ist und wo er Schwierigkeiten hatte

Am **Tag 2** werden 4 bis 5 Kunden besucht, wovon 2 bis 3 Erstbesuche und 1 bis 2 Folgebesuche sind. Nach diesen Besuchen findet ein Reflektionsgespräch statt. Zudem findet während des Tages auch ein Rückblick auf den Vorbereitungsauftrag statt.

### Vorbereitung durch den Teilnehmer

- Der Teilnehmer hat 4 bis 5 Termine vereinbart
- Die Termine sind schriftlich vorbereitet
- schriftliche Notizen, was bei den letzten Akquisetelefonaten und Terminen gut gelaufen ist, wo er Schwierigkeiten hatte und woran er arbeiten möchte.

*«Verkaufen heisst, dem Kunden zu helfen,  
das zu bekommen, was er braucht,  
und ihm dabei ein gutes Gefühl zu vermitteln.»*

*Ron Willingham*







**Roland P. Lichtensteiger**

*Inhaber*

Der berufliche Werdegang beginnt mit einer Lehre als Landwirt und dem anschliessenden Studium zum Agro Ing. HTL (heute Fachhochschule für Landwirtschaft). Es folgen Tätigkeiten als selbständiger Pilzzüchter, Verkaufsleiter einer Futtermittelfirma, ein Nachdiplom an der Uni St. Gallen (Executive Master of Business Administration) sowie als Geschäftsführer einer Futtermittelfirma.

2004 gründete er die Firma Licht LRC AG. Er absolviert eine Ausbildung zum Verkaufstrainer bei Umberto Saxer und ist seither nebenamtlicher Trainer bei der Umberto Saxer Training AG.

Von 2013 bis 2016 unterrichtete er als Dozent im Lehrgang Business Coaching NDS HF an der Marketing und Business School Zürich und Bern MBSZ.

**Mark D. Widmer**

*Inhaber / Geschäftsführer*

Der berufliche Werdegang beginnt mit einer Lehre als Elektromonteur. Anschliessend vertieft er die technischen Kompetenzen in der Forschung und Entwicklung als Techniker in der Industrie.

2002 wechselt er in den Verkauf mit der Zielgruppe öffentliche Hand. 2007 geht er als Verkaufgruppenleiter in die industrielle Automation und betreut dabei auch Globale Key Accounts.

Von 2009-2016 ist er als Vollzeit-Trainer an Bord der Umberto Saxer Training AG, wo er auch jetzt noch nebenamtlich als Trainer und Dozent tätig ist.

Wenn es um mentale Dinge geht, bringt er grosse Erfahrung als Sportler mit: Judo-Schweizermeister 1997 und 1998 mit der Mannschaft Nationalliga A Judo-Schweizermeister 2000 / Elite Einzel im Schwergewicht

Die Trainer



*«Verkaufen heisst: Den richtigen  
Menschen zum richtigen Zeitpunkt,  
zur richtigen Entscheidung  
nach seiner eigenen Wahl  
zu veranlassen.»*

*Unbekannt*

**Licht LRC AG**

St. Gallerstrasse 140  
CH-9320 Arbon

Tel: +41 71 440 13 79

[info@verkaeufuer-akademie.ch](mailto:info@verkaeufuer-akademie.ch)

[www.verkaeufuer-akademie.ch](http://www.verkaeufuer-akademie.ch)

