

Herausfordernd Verkaufen

Wer interessieren will, muss provozieren (Salvador Dali)

Die Verkaufsstrategie ist im Wandel. Oder besser gesagt, wird durch weitere Strategien bereichert. War es in den Anfängen der Produktverkauf, seit 1980 der Lösungsorientierte Verkauf, so drängt sich mehr und mehr der Herausfordernde Verkauf (The Challenger Sale) in den Vordergrund. Alle drei Strategien haben aber ihre Daseinsberechtigung. Der Herausfordernde Verkauf zielt auf das Potenzial ab, also die Möglichkeiten, die der Kunde hat das gesamte Unternehmen zu stärken. Das Potenzial ist damit wertiger als die Problemlösung des Lösungsorientierten Verkaufs.



Seminarziel

Die Teilnehmer

- ermitteln Ihren eigenen Verkäufertypus (Challenger Sale) und erkennen erforderlichen Änderungsbedarf Ihres Typus
- erkennen den Kundentyp (Challenger Sale) und entwickeln die am erfolgversprechendste Strategie, um den Kunden und Mitbewerberkunden zu gewinnen
- können dem Kunden und Mitbewerberkunden neue Erkenntnisse überzeugend verkaufen
- erhöhen Ihren Erfolg in der Gewinnung von Mitbewerberkunden
- definieren Maßnahmen um ihre strategische Ausrichtung und ihr Verhalten im Vertrieb zu verbessern

Inhalte

- Der Wandel der Verkaufsstrategie
- Kundentypen im Challenger Sale
- Verkäufertypen und deren Erfolg im Challenger Sale
- Seinen eigenen Typ ermitteln
- Änderung des Verkäufertyps für mehr Verkaufserfolg
- Herausfordernd Verkaufen (Challenger Sale)
- Bestandskunden festigen
- Wettbewerbskunden gewinnen
- Kundentyp erkennen
- Erfolgversprechende Verkaufsstrategie
- Gewohnte Denkmuster über den Haufen werfen
- Kundengespräche

Methoden

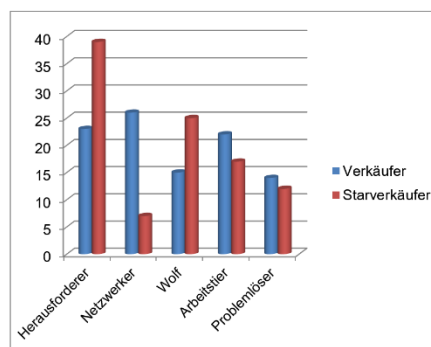
- Lehrgespräch
- Gruppenarbeit
- Rollentraining
- Feedback-Runden

Organisation

- Zielgruppe
 - Vertriebsmitarbeiter

Verkaufserfolg in Abhängigkeit des Verkäufertyps¹

Laut der Studie des Beratungsunternehmens Corporate Executive Board waren knapp 40% der Starverkäufer Herausforderer. Bei komplexen Projekten lag der Anteil der Herausforderer unter den Starverkäufern sogar bei 54%.



Die Verteilung der fünf Verkäufertypen unter allen Verkäufern ist recht gleichmäßig. Bei den Topverkäufern fällt auf, dass knapp 40% Herausforderer sind und gerade mal 7% Netzwerker. Das ist ein Hinweis darauf, dass der Verkauf über Beziehungen längst nicht mehr den Stellenwert hat, den er einmal hatte.

Wesentlichen Einfluss auf den Verkaufserfolg hat die Fähigkeit eines Anbieters neue Erkenntnisse zu vermitteln. Dies setzt voraus, dass das Unternehmen des Anbieters (Vertriebschefs, Marketingchefs) Erkenntnisse erarbeiten kann und Verkäufertypen wie „Herausforderer“ oder auch der „Einsame Wolf“ diese Erkenntnisse Ihren Kunden „provokierend“ vermitteln können.

¹ Dixon Matthew, Brent Adamson, The Challenger Sale

Beispielseite aus dem Arbeitsbuch für die
Seminarteilnehmer