

Angebote zu Verkauf und Kundenorientierung

Praxisorientiertes Verkaufstraining

Die Verkäufer/innen von Konsumgütern lernen ihr Verkaufsgespräch logisch aufzubauen. Sie wissen, wie sie das Kundengespräch von der Begrüssung zum Verkaufsziel bis zur Verabschiedung professionell führen. Die Teilnehmenden trainieren, wie sie ihre persönliche Wirkung auf die Kunden verstärken oder sich zurück nehmen können. Ebenso wichtig ist es, was die Verkäufer/innen sagen resp. wie sie sich ausdrücken. Sie befassen sich damit, die Kunden bewusster über die Produkte zu informieren. Ein grosser Teil des Trainings besteht darin, die richtigen weiterführenden Fragen zu stellen, um die konkreten Bedürfnisse des Kunden sicher zu ermitteln.

Ihr Nutzen

Nach dem Training sind die Verkäufer/innen in der Lage, vermehrt Ergänzungsverkäufe zu tätigen und öfters auch edlere Produkte zu verkaufen. Die Teilnehmenden können ihre Produkte in Verkaufsgesprächen überzeugend darstellen und erreichen eine Umsatzerhöhung oder eine Steigerung des Durchschnittseinkaufs. Verlangen Sie unsere konkreten Referenzen.

Zielgruppe

Alle Unternehmen mit ihren Mitarbeitenden, die Produkte in Verkaufsgesprächen überzeugend und erfolgreich verkaufen wollen.

Anspruchsvolles Verkaufen

Kunden von einer Idee zu überzeugen, ihnen Problemlösungen anzubieten, den Nutzen der Produkte oder Dienstleistungen kompetent darzustellen und dabei die Unterschrift vorzubereiten, das ist Verkaufen. In diesem Seminar werden konkrete Verhandlungstechniken, positive Verhaltensweisen und überzeugende, aktive Verkaufsstrategien trainiert. Gute Ideen und Produkte verkaufen sich nicht von alleine, aber ein professionell geführtes Verkaufsgespräch kann den Interessenten zum Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung führen.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmenden sind in der Lage, ihre Produkte und Dienstleistungen in Verkaufsgesprächen überzeugend darzustellen, auszuhandeln und erfolgreich Verträge abzuschliessen. Hierzu vermittelt das Training Wissen aus rhetorischen und verkaufpsychologischen Techniken und Verhaltensmustern beim Verkauf. Damit erhalten die Teilnehmenden ein fundiertes Werkzeug, um ihre Produkte und Dienstleistungen zukünftig noch überzeugender zu präsentieren.

Zielgruppe

Alle Unternehmen mit ihren Mitarbeitenden, die Produkte und Dienstleistungen in Verkaufsgesprächen überzeugend und erfolgreich verkaufen wollen.

Telefonverkauf nach Mass

Möchten Sie durch gezielten Telefonkontakt Kunden finden, die auch tatsächlich kaufen? Suchen Sie Strategien und Tipps, um das Verkaufen am Telefon erfolgreich zu handhaben? Der Kunde entscheidet selbst, was er benötigt und was er dafür ausgeben will. Diesen Kenntnisstand sollte der Verkäufer beim ersten Kontakt berücksichtigen. Der Kunde selbst entscheidet, was er wann kaufen möchte. Mit dieser Selbstbestimmtheit lernen die Mitarbeitenden umzugehen und dem Kunden die Produkte überzeugend zu verkaufen. Nur wer das Ohr am Kunden hat, kann zielgerichtet Fragen stellen, argumentieren und überzeugend verkaufen.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmenden kennen die Verhaltensweisen und Erwartungen der informierten Kundinnen und Kunden. Sie lernen ein handfestes Vorgehen mit erprobten Verkaufstechniken. Sie erhalten nachvollziehbares Wissen und leicht umsetzbare Anregungen, die in der Praxis funktionieren.

Zielgruppe

Alle Callcenter mit ihren Mitarbeitenden, welche aktiv Telefonverkäufe angehen.

Kundenorientiert denken und handeln

Der Arbeitsalltag ist geprägt von der Zusammenarbeit mit externen und internen Kundinnen und Kunden. Sie erwarten von den qualifizierten Mitarbeitenden des Unternehmens in den verschiedenen Bereichen kompetente und rasche Dienstleistungen mit viel Fingerspitzengefühl. Alle tragen wesentlich zum positiven Bild einer Unternehmung und somit zum Erfolg des Unternehmens bei – sei dies verbal oder nonverbal. Vor allem in heiklen Situationen wie z.B. dem Umgang mit Beschwerden ist es wichtig, kompetent zu kommunizieren und sicher zu handeln. Die Kundenzufriedenheit steigt und Sie gewinnen sogar neue Kunden.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmenden nehmen heikle Situationen bewusster wahr und überprüfen die eigene Haltung gegenüber den Kunden, um sensibilisierter und partnerschaftlicher zu kommunizieren und zu handeln. Sie setzen sich mit den wichtigsten Kommunikationsregeln auseinander, um vermehrte Sicherheit in schwierigen Situationen beim Telefongespräch oder im direkten Kontakt zu erlangen. Die Teilnehmenden erarbeiten gemeinsame Regeln zur Kundenorientierung, um das erworbene Wissen für den Gebrauch im Alltag zu verankern.

Zielgruppe

Alle Unternehmen mit ihren Mitarbeitenden, welche ihre Kundenbeziehung verbessern und neue Kunden gewinnen möchten.

Business-Knigge

Ob im Geschäft, beim Kunden selbst oder beim Restaurantbesuch, der erste Kontakt und weitere Eindrücke, die Sie hinterlassen, entscheiden oft über Erfolg oder Misserfolg Ihrer geschäftlichen Beziehungen. Sie lernen auf praxisorientierte und interessante Art und Weise den modernen Knigge mit den zeitgemässen Umgangsformen kennen. Nach dem Workshop wissen Sie konkret, wie Sie mit Menschen im geschäftlichen und privaten Umfeld nach den aktuellen Verhaltensregeln umgehen.

Ihr Nutzen

Sie lernen auf eine praxisorientierte und interessante Art und Weise den modernen Knigge mit den zeitgemässen Umgangsformen kennen. Sie verhalten sich bei Kundengesprächen und Veranstaltungen sicherer und natürlicher.

Zielgruppe

Alle Mitarbeitenden, Management und Teams, die bereit sind, sich zeitgemässe Umgangsformen anzueignen und zu pflegen.

Telefon und Empfang – Ihre Visitenkarte

Die Arbeitsrealität ist geprägt von der Zusammenarbeit mit externen und internen Kundinnen und Kunden. Sie erwarten von den Mitarbeitenden des Empfangs kompetente und rasche Dienstleistungen mit viel Fingerspitzengefühl. Als erste Anlaufstelle tragen sie verbal wesentlich zum Erscheinungsbild des Unternehmens gegen aussen bei und wirken als akustische Visitenkarte.

Ihr Nutzen

In diesem Workshop geht es darum, verschiedene Situationen am Empfang bewusster wahrzunehmen, die eigene Haltung zu überprüfen, sensibilisierter zu kommunizieren und die Qualität des Kontaktes zum Kunden zu optimieren. Die Teilnehmenden erhalten und erarbeiten Instrumente, um auch unter Druck kompetent zu arbeiten. Sie setzen sich für einen „added value“ gegenüber dem Kunden ein und beachten seine unterschiedlichsten Bedürfnisse.

Zielgruppe

Empfangsmitarbeitende und Telefonistinnen.