



## Beziehungsmanagement im Vertrieb

Die Beziehungen zu meinen Kunden und Kundinnen professioneller entwickeln und pflegen

### Zielgruppe

---

Spezialisierungstraining für Vertriebsmitarbeitende

Für dieses Training sind keine Vorkenntnisse erforderlich.

### Teilnehmende

---

Mitarbeitende aller Ebenen

### Essenz

---

Für Kunden werden Geschäftsbeziehungen immer leichter austauschbar. Umso wichtiger ist ein aktives Beziehungsmanagement, um das Vertrauen des Kunden zu gewinnen und eine dauerhafte Partnerschaft aufzubauen. In diesem Training werden die verschiedenen Facetten des professionellen Managens von Kundenbeziehungen beleuchtet. Neben der Vermittlung von Tipps und Werkzeugen wird die Persönlichkeit des Teilnehmers in Bezug auf sein Beziehungsmanagement thematisiert.

### Methodik

---

Präsentation, Plenumsarbeit, Brainstorming, Trainerinput, Kurzübungen, Gruppenarbeit, Aktionsplan

### Umfang

---

## Seminarinhalt

---

### Beziehungsmanagement – Die emotionale Bindung der Kunden und Entscheider

- Theorien und Statistiken zum Beziehungsmanagement
- Was bedeutet BM im Unternehmen?
- Die Brücke zur Kundenbindung
- Technisches (Systeme & Prozesse) vs. menschliches (persönliches) BM

### Umgang mit Kundenerwartungen

- Vermeiden von Missverständnissen
- Abgleich der Erwartungshaltungen
- Kundenorientierung vs. Klare Worte/Sprache

### Standortbestimmung zum Beziehungsmanagement

- Die IST-Situation in Ihrem Unternehmen
- Persönliche Stärken, Schwächen, Chancen & Risiken im Beziehungsmanagement

### Auftritt & Wirkung

- Die Psychologie zwischen Kunde und Lieferant
- BM: Muster, Rituale, Gewohnheiten & Vertrauen
- Reaktionsmuster unter Stress/in schwierigen Situationen
- Vertrauens- & Glaubwürdigkeit schaffen

### Die Pflege der Beziehungen zum Kunden

- Die Facetten des Beziehungsmanagements (Beispiele zum Verständnis der einzelnen Facetten werden angebracht)
  - Kommunikation
  - Auftritt & Wirkung
  - Persönliche Ebene, Nähe zum Kunden
  - Erwartungshaltung der Kunden
  - Werte in der Beziehung
  - Strategie
  - Netzwerke
  - Innenbeziehung (ID/AD)
  - Medien, Veranstaltungen