

Neukundenakquisition auf allen Kanälen

Mit Nutzung von Video-/Konferenztechnik

Zielgruppe

Mitarbeitende im Verkauf/Vertrieb, Außen-/Innendienst, Key Account Manager:innen

Essenz

In diesem Training erlernen die Teilnehmenden nicht nur die Techniken und Werkzeuge zur Neukundenakquisition vor Ort beim Kunden, sondern auch den Einsatz von Video- und Konferenztechnik für Akquise-/Kundengespräche, die virtuell/online mit potentiellen Kunden stattfinden sollen.

Methodik

Trainerinput durch unterschiedliche Medien, Präsentationen, gesteuerte Gruppendiskussionen, interaktive Tools (vor, während und zwischen den Modulen), Einzel- und Gruppenarbeiten, Fallbesprechungen/Q & A Runden, Gruppencoaching, Praxissimulationen/Rollenspiele

Umfang

2 Tage (aufgeteilt in Modul 1-7 á 90 Minuten und Modul 8 120 Minuten)

Inhalt

Modul 1: Einführung – Kennenlernen der Medien für das Online-Training (Video/Tools)

- Einführung, Vorstellung, Inhalte, Ziele, Organisatorisches
- Onboarding (Einführungsrunde, Medien- und Toolkenntnisse der Teilnehmer)
- (Spiel-)Regeln und Tipps für den Umgang mit Video/Audio und Tools
- Im Live Online Training und zwischen den Slots verwendete Medien (z.B. Video, Mentimeter, Blink.it)
- Kennenlernen der Medien (Video, Sharefunktion, Moderation, Abfragen, Breakout rooms, Hand heben, weitere Kommunikationsfunktionen)
- Q & A Runde
- Übungen: mit den Medien und Tools warm werden
- Transferaufgaben / Onlinebegleitung
- Abschlussrunde & Feedback Modul 1

Modul 2: Video- und Konferenztechnik in der Neukundenakquisition

- Rückblick Modul 1 – Ausblick Modul 2
- Neukundenakquisition mittels Videokonferenz – Vor- und Nachteile, Unterschiede zu Präsenzgesprächen, Tipps
- Die fehlende Präsenz kompensieren (Stimme, Sprache, Körpersprache/Mimik)
- Das Einbinden vom Präsentationen und Informationen (Power Point Folien, etc.)
- Die Share Funktion nutzen
- Q & A Runde
- Übungen: Stimme & Körpersprache, den Kunden einbinden, Präsentationen teilen
- Transferaufgaben / Onlinebegleitung
- Abschlussrunde & Feedback Modul 2

Modul 3: Die psychologischen Aspekte zwischen ADM/IDM/KAM und potentiellen Kunden

- Rückblick Modul 2 – Ausblick Modul 3
- Die Wechselwirkung zwischen Kunde und Lieferant
- Zuhören können und wollen
- Reaktionsmuster unter Stress
- Selbsterfüllende Prophezeiung
- Die psychologischen Barrieren
- Q & A Runde
- Übungen: Zuhören können, Stress beherrschen
- Transferaufgaben / Onlinebegleitung
- Abschlussrunde & Feedback Modul 3

Modul 4: Fachliche Vorbereitung für ein Neukundengespräch

- Rückblick Modul 3 – Ausblick Modul 4
- Akquisitionserfolge strategisch planen und durchführen
- Zielgruppenorientierung/das Buying-Center des Kunden kennen
- Kundenanalyse aus der Sicht einer Lösungs- und Wertorientierung
- Eine USP-Argumentation vorbereiten, die auf die Mehrwert bringende Lösung für Kunden abgestimmt ist
- Aus fachlichen Argumenten emotionale Argumente entwickeln
- Q & A Runde

- Übungen: „Das Erstgespräch planen“
- Transferaufgaben / Onlinebegleitung
- Abschlussrunde & Feedback Modul 4

Modul 5: Den Fuß in die Tür bekommen – der Erstkontakt (telefefonisch/persönlich)

- Rückblick Modul 4 – Ausblick Modul 5
- Die Firewall „knacken“ (Assistenz/Sekretariat)
- Die erste Minute ist die Wichtigste
- Was wollen Sie uns denn verkaufen? – Antworten, die uns weiter bringen
- KI/KB/KZ – Kein Interesse! Kein Bedarf! Keine Zeit! – An dieser Hürde vorbei
- Q & A Runde
- Übungen: Praxissimulation „Einen Termin mit den Entscheidern erreichen“
- Transferaufgaben / Onlinebegleitung
- Abschlussrunde & Feedback Modul 5

Modul 6: Strategien für die Gesprächseröffnung bei Entscheidern (mit/ohne Videokonferenz mit Kunden)

- Rückblick Modul 5 – Ausblick Modul 6
- Beziehung aufbauen – den Neukunden einschätzen und Kontakt herstellen
- Widerstände schon am Anfang erkennen und darauf eingehen
- Vom „smalltalk“ zum Geschäft kommen
- Emotionen, Nutzen, Mehrwert, Lösungen, Kernbotschaften & Teaser
- Von AIDA (attention-interest-desire-action) hin zum Halo-Effekt
- Q & A Runde
- Übungen: Praxissimulation „Mit den Entscheidern ins Fachgespräch kommen“
- Transferaufgaben / Onlinebegleitung
- Abschlussrunde & Feedback Modul 6

Modul 7: Situations- und Bedarfsanalyse/Fach- und Nutzenargumentation (mit/ohne Videokonferenz mit Kunden)

- Rückblick Modul 6 – Ausblick Modul 7
- Die Kraft der richtigen Fragetechniken und des Aktiven Zuhörens
- Die Balance zwischen Geben und Nehmen von Informationen
- Aus Fachargumenten Nutzenargumente entwickeln und einsetzen
- Neugier und Angst – zwei mächtige Treiber
- Q & A Runde
- Übungen: Praxissimulation „Den potentiellen Kunden überzeugen“
- Transferaufgaben / Onlinebegleitung
- Abschlussrunde & Feedback Modul 7

Modul 8: Richtiger Umgang mit Gegenargumenten, Ein- & Vorwänden/Abschlusstaktiken (mit/ohne Videokonferenz mit Kunden)

- Rückblick Modul 7 – Ausblick Modul 8
- Typische Abwehrversuche durchschauen und umgehen
- Bewährte Techniken der Einwandbehandlung beim Erstgespräch
- Einwände mit der richtigen Nutzenargumentation & Gesprächsführung entkräften und nutzen
- Entscheidungshemmnisse des Kunden überwinden („Ich überlege es mir noch“)

- Die Angst des Verkäufers vor dem Abschluss?
- Taktiken, um den „Sack zu“ zu machen – Abschlusstaktiken
- Taktiken, wenn der potentielle Kunde noch nicht will
- Übungen: Praxissimulation „Aus einem potentiellen einen neuen Kunden machen“
- Fazit / Resümee zum Online-Training „Neukundenakquisition“