HLH academy



Was erwartet Sie?

- Modulares Bildungssystem
- Außendienst Innendienst Führungskräfte
- Teamplay Transparenz Zuverlässigkeit
- Kompetente Ansprechpartner
- Praxisorientiertes Training



Was erwartet Sie?

Das Konzept der HLH academy umfaßt ein modulares System mit fest zugeordneten Gruppenmitgliedern über einen Zeitraum von 2 oder 3 Jahren. Die Präsenzseminare sollen durch E-Learning Inhalte mit Lernzielkontrolle, Webinare und Videokonferenzen begleitet werden.

Das Training wird von Ihrem Trainer praxisorientiert gestaltet. Was macht ein lebendiges und praxisorientiertes Training aus?

- Alle Inhalte werden aktiv im Training am Flipchart dynamisch entwickelt.
- Durch konkrete Fallbeispiele aus der Praxis, werden die Inhalte plastischer. Dadurch steigt nicht nur die Akzeptanz des Trainings, auch der Transfer der Inhalte in den eigenen Alltag wird gefördert.
- Die Teilnehmer erkennen in den Beispielen oft einfacher die Fehler bei Anderen als bei sich selbst und können so besser Rückschlüsse auf das eigene Verhalten ziehen.
- · Die Erfahrungen und Ideen Ihrer Teilnehmer werden erfragt und fließen in die gemeinsame Entwicklung der Lösungsansätze ein.
- Durch Einzel- und Gruppenarbeiten werden die Inhalte zusätzlich erlebt und vertieft.
- Der Workshopcharakter ermöglicht das Erlernte unmittelbar in den Alltag umzusetzen.

Um dieses aktive und effiziente Training durchführen zu können, sollte eine Teilnehmerzahl von 12 nicht überschritten werden!

So unterstützt die HLH academy-Inhousevariante den Veränderungsprozess in Ihrem Haus

Veränderungsprozesse in Ihrem Unternehmen wirken sich auf zwei Gruppen aus. Zum einen sind es Ihre Mitarbeiter, die vom Change betroffen sind, zum anderen sind es Ihre Führungskräfte, die den Change Prozess planen und vorantreiben.

Das HLH academy-Inhousetraining setzt auf einen potenzialorientierten Ansatz. Wir fragen danach, welche Kompetenzen, Einstellungen oder Strukturen sie benötigen, um den Erfolg Ihres Veränderungsprozesses in Ihrem Haus reibungsfreier gestalten zu können.

HLH academy

Sie entwickeln unter Anleitung die Maßnahmen, die den Veränderungsprozess ermöglichen und stärken.

Sie haben immer einen Ansprechpartner, der Sie in der Umsetzungszeit unterstützt sobald es hakt.

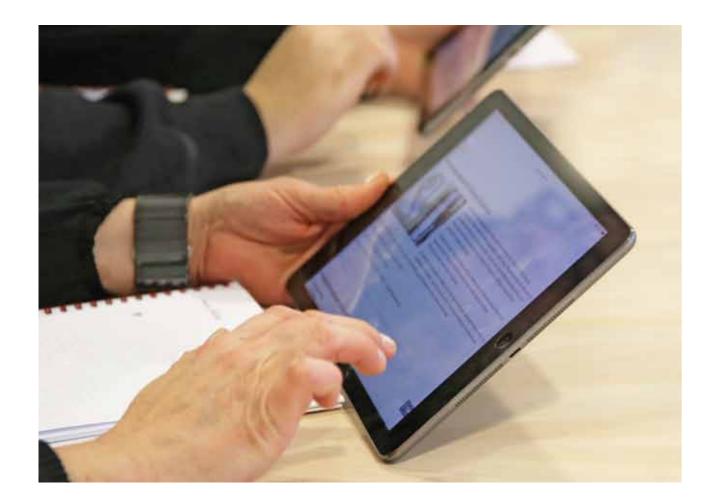
Geht es um:

- Mitarbeiter und Ihre Haltungen gegenüber der Veränderung
- fehlende fachliche Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen der Mitarbeiter/Führungskräfte

oder um

• neue Strukturen die mit Betroffenen entwickelt oder optimiert werden sollen.

Oft benötigen Unternehmen den reflektierenden Blick eines Unbeteiligten, damit Prozesse ins fließen kommen. Nutzen Sie das Angebot eines Erstgespräches. Für all diese Fälle können sie auf alle Trainings, Workshops, und Coachings der HLH academy zurückgreifen. In einem gemeinsamen Gespräch finden Sie heraus, wo Sie ansetzen wollen und welche Maßnahmen Sie benötigen.



HLH academy

Der Strategietag

Die HLH academy hat für Sie und Ihre Mitarbeiter die Inhalte der Module überarbeitet. Sie haben nun die Möglichkeit Ihre Mitarbeiter kontinuierlich über ein 2-jähriges, bzw. 3-jähriges Ausbildungsprogramm zu entwickeln. Egal ob Sie sich für die Basic- oder für die Premiumvariante entscheiden, es ist eine signifikante Investition für Sie. Sie haben den Anspruch, dass diese Investition in Ihre Mitarbeiter auch für das Unternehmen sichtbar wird.

Aus diesem Grund ist vor dem ersten Modul ein Strategietag vorgeschaltet. An diesem Tag erarbeiten Sie als Inhaber/Geschäftsführer mit Ihren Führungskräften und dem Trainer einen Strategie- und einen Umsetzungsplan für Ihre Mitarbeiter. Die Erfahrung zeigt, wenn die Unternehmen stärker die Förderung und Entwicklung im Haus an die Entwicklung der Ausbildungsreihe anpassen, kann die Lernkurve Ihrer Mitarbeiter für beide Seiten beeindruckend sein. Sie sprechen mit dem Trainer alle Details ab, damit ein ständiger Informationsfluss stattfinden kann, der Ihnen die Sicherheit gibt, dass Veränderungen nicht versanden.

Ein wichtiger Punkt wird sein, darüber nachzudenken, welche Ziele Sie mit Ihren Mitarbeitern erarbeiten. Für die jetzigen Unternehmensziele benötigen Ihre Mitarbeiter keine neuen verkäuferischen Fähigkeiten. Sie brauchen für Ihre Mitarbeiter neue, persönliche Leistungsziele, die sie mit Ihren jetzigen Fähigkeiten und dem eigenen Methodenkoffer nicht erreichen. Denn nur dann haben Sie die Sicherheit, daß die neuen Methoden, Techniken und Logiken im Seminar für Ihre Mitarbeiter handlungsrelevant werden.

Freuen Sie sich auf diesen Tag, er wird spannend und Sie gehen mit sehr viel mehr Gewissheit an die Entwicklung Ihrer Mitarbeiter.

HLH academy

Die Seminare der HLH academy

Außendienst (3 Jahre)

	Modul	Beschreibung	Dauer	Seite
	AD1	Das lösungsorientierte Verkaufs- und	3 Tage	12
BASIC	AD2	Beratungsgespräch Preisgespräch, Angebotsmanagement, Nein-Sagen, Reklamationsmanagement	3 Tage	14
C	AD3	Gebietsentwicklung, Zeitmanagement, Kaltakquise, Ein- und Vorwandbehandlung	3 Tage	16
	AD4	Konzept und Systemverkauf	4 Tage	20
70	AD5	Das Jahresgespräch der Umsatz Turbo	3 Tage	22
$\tilde{\mathcal{R}}$	AD6	Das Erstgespräch beim Kunden	2 Tage	24
Ш	AD7	Persolog Verkauf	2 Tage	26
PREMIUM	AD8	Aussendienst der Industrie trifft auf Großhandel	2 Tage	28
Z	AD9	Produktschulungen interaktiv – Ein Garant für Wachstum, Präsentationen	2 Tage	30
	AD10	Einzelcoaching		34

Innendienst (2 Jahre)

	Modul Beschreibung		Dauer	Seite
BA	ID1	Kommunikation am Telefon	2 Tage	38
BASIC	ID2	Verkauf am Telefon – Verkaufsgespräch	2 Tage	40
PR	ID3	Akquise am Telefon – Neukundengewinnung	2 Tage	42
PREMIUM	ID4	Angebotsmanagement, Zeitmanagement	2 Tage	44
Z	ID5	Das Preisgespräch	2 Tage	46

Führungskräfte (3 Jahre)

	Modul	Beschreibung	Dauer	Seite
-	FK1	Führungsaufgaben, Führungsrollen	3 Tage	50
BASIC	FK2	Gesprächsführung Teil 1 Jahresgespräch, Zielvereinbarung Delegieren	3 Tage	52
	FK3	Geprächsführung Teil 2 Kritikgespräch, Konfrontationsgespräch	3 Tage	54
	FK4	Führung mit Coaching Teil 1	3 Tage	56
T	FK5	Weiterführung Coaching Teil 2	3 Tage	58
PREMIUM	FK6	Veränderungsprozesse als Führungskraft steuern – Change management	3 Tage	60
 	FK7	Change trifft auf Team, Teamkultur	3 Tage	62
_	FK8	Meetings richtig führen	3 Tage	64
	FK9	Präsentationen	3 Tage	66
_	FK10	Bewerbungskandidaten richtig auswählen, Probezeit ist Ausbildungszeit	2 Tage	68

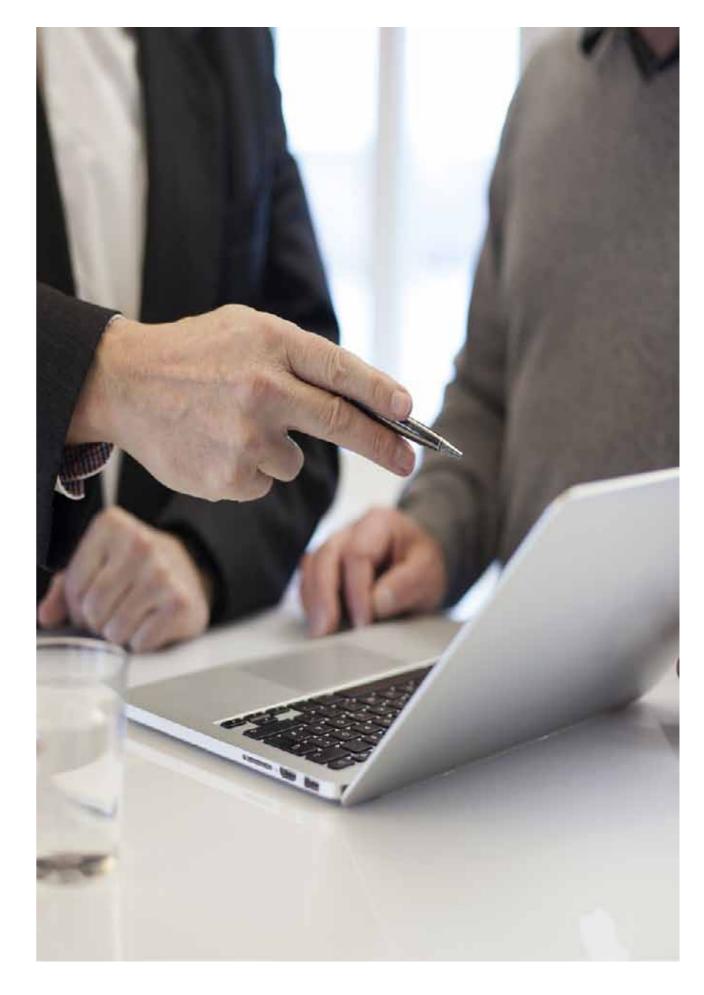
Auszubildende, Spezialthemen, zusätzliche Bildungsangebote

	Modul	Beschreibung	Dauer	Seite
Œ	AZ1	ID	2 Tage	72
BASIC	AZ2	Präsentationen	2 Tage	74
C	AZ3	ADM	2 Tage	76
	_			
ס	S1	Messeziele richtig setzen	1 Tag	80
곮	S2	Messekommunikation	1 Tag	82
Z	S3	Kampagnen richtig gestalten	1 Tag	84
=	S4	Webinar – Kampagnen für den ADM		86
PREMIUM	S5	Lernzielkontrolle	1 Tag	88

HLH academy

Spite 8 von 90

Außendienst



Außendienst (3 J)

	Modul	AD1
BA	Name	Das lösungsorientierte Verkaufs- und
SIC		Beratungsgespräch
. ,	Dauer	3 Tage

Um im Verdrängungswettbewerb weiter bestehen zu können, ist es erforderlich vor allem im direkten Kontakt mit dem Kunden eine hervorragende Leistung zu erbringen. Denn es gilt Ihre Kunden davon zu überzeugen, dass die Zusammenarbeit mit Ihrem Unternehmen genau die richtige Entscheidung ist. Nur wenn der Kunde und seine Bedürfnisse im Mittelpunkt der Kommunikation stehen wird es gelingen ihn nachhaltig zu überzeugen und zu begeistern.

Raus aus der Vergleichbarkeit durch professionelle Verkaufsgespräche

Den Kunden souverän und gekonnt durch ein strukturiertes Verkaufsgespräch zu führen steht im Fokus dieses Trainings. Von der Vorbereitung über die Begrüßung bis hin zum erfolgreichen Abschluss und der Gesprächsnachbereitung werden alle Phasen des professionellen Verkaufsgesprächs intensiv beleuchtet und geübt.

HLH academy

Modulinhalte:

- Überblick über die Module der HLH academy
- Das Verkaufsgespräch in seinen Phasen:
 - 1. Begrüßung Professionalität von Anfang an.
 - 2. Bedarfsermittlung erfahren Sie die wirklichen Potenziale Ihres Kunden.
 - 3. Beratung und Präsentation nur der Dialog führt zur richtigen Lösung.
 - 4. Kaufsignale das Timing als Erfolgsfaktor.
 - 5. Erfolgreicher Abschluss überzeugte Kunden kaufen gerne.
 - 6. Kaufbestätigung eine gute Entscheidung mit Sicherheit.
 - 7. Verabschiedung bleiben Sie in angenehmer Erinnerung.

- Sicher den Kunden durch ein strukturiertes Verkaufsgespräch zu führen.
- Die Potenziale des Kunden zu erkennen.
- Zielorientiert genau die richtige Lösung Ihren Kunden anzubieten.
- Professionell und verbindlich zu überzeugen.
- Die Abschlussquote deutlich zu erhöhen.
- Langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen.

Außendienst (3 J)

	Modul	AD2
BASIC	Name	Preisgespräch, Angebotsmanagement, Nein-Sagen, Reklamationsmanagement
	Dauer	3 Tage

Im Gespräch zu bleiben ist ein entscheidender Erfolgsfaktor, wenn es um die dauerhafte Ertragssteigerung geht. Ob nach der Angebotsabgabe oder wenn der Kunde überraschend dagegen hält – nur wer jetzt im Kundenkontakt bleibt hat eine Chance auf den Abschluss.

Häufig wirken Einwände des Kunden oder Preisnachfragen auf viele Außendienstmitarbeiter gerade zu entwaffnend. Der Schlagabtausch einer Menge Argumente zwischen Verkäufer und Kunde ist häufig die Reaktion auf den Widerstand des Kunden. Daher steht im zweiten Modul der Weiterbildungsreihe im Mittelpunkt mit den Einwänden aktiv und lösungsorientiert umzugehen, mit dem Kunden im Gespräch zu bleiben und so dadurch die Kundenbindung zu stärken.

HLH academy

Modulinhalte:

- Auffrischung und Vertiefung Modul 1 durch:
 - Rollenspiele
 - Fallbeispiele der Teilnehmer aus dem Vertriebsalltag
- Einwandbehandlung die Wahrheit was den Kunden wirklich beschäftigt.
- Im Gespräch bleiben auch bei Gegenwind.
- Preispsychologie Preis- und Leistung ins richtige Licht gerückt.
- Preis- und Rabattgespräche der Schlüssel zum Erfolg.
- Angebotsmanagement Ihre Investition muss sich lohnen!
 - Gut gezielt ist halb gewonnen
 - Das Angebot der Spiegel des Kundengesprächs.
 - Dranbleiben ein wichtiger Erfolgsfaktor
 - Return on Investment durch Verbindlichkeit

- Die wahren Einwände zu erkennen.
- Einwände mit dem Kunden gemeinsam zu lösen.
- Sicher und in Augenhöhe mit dem Kunden Preis- und Rabattgespräche zu führen.
- Verhandlungssicher durch ein professionelles Angebotsmanagement Aufträge generieren.

Außendienst (3 J)

	Modul	AD3
BA	Name	Gebietsentwicklung, Zeitmanagement,
SIC		Kaltakquise, Ein- und Vorwandbehandlung
	Dauer	3 Tage

Der Zeit- und Kostendruck wird gerade auch für Mitarbeiter im Vertrieb immer stärker. Nicht nur die fachliche und verkäuferische Qualifikation entscheidet über den Erfolg am Ende des Tages, sondern vor allem auch gut durchdachte Strategien zur Kunden- und Gebietsbearbeitung sind von großer Relevanz. Unsere Zeit wird immer begrenzter und damit wertvoller. Wir haben zwar alle 24 Stunden zur Verfügung, die Frage ist nur, aus welchem Grund sind einige Menschen erfolgreicher als Andere. Die Antwort ist einfach. Sie nutzen die ihnen zur Verfügung stehende Zeit effektiver und effizienter! Sie fokussieren sich auf Ihre Ziele. Wer das volle Potenzial des eigenen Gebietes ausschöpfen möchte und eine kontinuierliche Entwicklung erreichen will, sollte alle Tätigkeiten und Strategien regelmäßig überprüfen.

HLH academy

Modulinhalte:

- Auffrischung und Vertiefung Modul 2
- Der Katalysator im Vertrieb die effektive Kunden- und Gebietsbearbeitung
 - Stammkunden = Potenziale ausschöpfen
 - Schlummerkunden = Potenziale dazugewinnen
 - Ehemalige Kunden = Potenziale zurückgewinnen
 - Neukunden = neues Potenziale heben
- Aus Potenzial wird Umsatz der individuelle Maßnahmenplan zur Gebietsbearbeitung
- Prioritäten setzen im Vertrieb
- ABC-Analyse der Kunden
- Zeit- und Selbstmanagement
- Effiziente Kommuniktation mit ID, Logistik, Kollegen ...
- Gesprächsnachbereitung
- Kunden begeistern durch professionelles Beschwerdemanagement

- Die Geschäfte mit ihren Stammkunden weiter auszubauen.
- Abgesprungene Kunden gezielt zurückzugewinnen.
- Neukunden einfacher akquiriren.
- Die eigene Zeit effektiver und effizienter nutzen.
- Das eigene Gebiet langfristig und lukrativ zu gestalten.
- Beschwerden und Reklamationen als Chance zu verstehen.

So gewinnen Sie Neukunden – Strategien für den AD

Wie viel Geld investieren Sie, um auf konventionellen Wegen Neukunden zu gewinnen? Stehen Einsatz und Gewinn noch in Relation?

Strategien und Instrumente die vor einiger Zeit noch wirksam waren um Neukunden zu gewinnen, laufen heute ins Leere. Die Ansprüche des Kunden gegenüber Dienstleistungen, Produkten und Anbietern steigen stetig. Gleichzeitig reagieren Kunden auf alle manipulativen Werbeversprechen mit Zurückhaltung.

Viele Außendienstmitarbeiter sind oft im Tagesgeschäft so eingebunden, dass die Neukundengewinnung im eigenen Gebiet zu kurz kommt. Darüber hinaus fällt es ihnen schwer, gerade große und attraktive Kunden für sich zu gewinnen. Neben der richtigen Ansprache ist es ebenso wichtig, im Erstgespräch sich nicht als Preis-und Produktverkäufer vorzustellen. Der Kunde erwartet in der Zukunft Spezialisten und Experten die ihn dabei unterstützen, durch Prozesskostenanalysen Zeit und Geld zu sparen.

Die Frage lautet: Was können Sie aktiv tun um neue Kunden für Ihre Dienstleistung und Produkte zu begeistern?

In diesem Seminar lernen Sie Wege kennen, mit deren Hilfe Sie erfolgreich Kunden generieren können.

HLH academy

Modulinhalte:

- Techniken und Methoden der Neukundengewinnung.
- Das Einkäufergeschenk das überrascht und die Türen öffnet.
- Einladung, Vortrag Fachvorträge Verbände, Unternehmen HLH academy – vom klassischen Großhandel zum Prozesskostensenker was bedeutet das für Sie?
- HLH academy im Netz Facebook, Instagram, You Tube Sie brauchen follower.
- Fachartikel mit Beispielen der Einsparungen.
- Instrumente der Neukundengewinnung.
- Aktives Empfehlungsmarketing.
- · Umsetzungsstrategien.
- Praktische Tipps und Tricks.

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

Sie lernen eine Menge an innovativen Ideen und Möglichkeiten kennen, wie sie aktiv und verbindlich Neukunden gewinnen können. Darüber hinaus lernen Sie alle strategisch wichtigen Wege richtig anzuwenden, die zur Umsetzung wichtig sind.

Nur so können Sie direkt am nächsten Tag sofort beginnen und gewinnen.

Seite 18 von 90

Außendienst (3 J)

Pre	Modul	AD4
remi	Name	Konzept und Systemverkauf
ium	Dauer	4 Tage

Die enger werdenden Märkte, die Preissensibilität der Kunden und vergleichbare Produkte machen es immer schwerer langfristige, lukrative Kundenbeziehungen aufzubauen.

Besonders das Internet wird für viele Kunden immer attraktiver, da dort bestehende Preise des Großhandels für viele Produkte konkurrenzlos unterboten werden. Der Ausweg aus diesem Hamsterrad besteht darin, dass Außendienstmitarbeiter sich und Ihre bisherige Rolle beim Kunden hinterfragen und ihr Verhalten und Strategie den neuen Markterfordernissen konsequent anpassen.

Denn nur wer heute in der Lage ist, seinen Kunden aktiv dabei zu unterstützen Lösungen zur Weiterentwicklung des eigenen Unternehmens zu finden, wird ihn auf Dauer halten.

Für Unternehmen wird es immer wichtiger nicht nur beim Einkauf Einsparpotentiale zur verhandeln, sondern stetig den Markt zu sondieren um in Zukunft weniger Produkte und Verbrauchsmaterialien im Einsatz einzusetzen, Produkte mit höheren Standzeiten zu nutzen und durch neue Systeme und Konzepte die Rüstzeiten und den Arbeitsaufwand der Mitarbeiter zu reduzieren. Nicht zu vergessen, das viele Unternehmen immer stärker darauf achten, Produkte einzusetzen, um den CO2 Fußabdruck des eigenen Unternehmens zu senken.

Diese Aufgabe erfordert fundiertes Wissen rund um seine Produkte und Prozesse. Denn nur dann können gemeinsam ertragreiche Konzepte erarbeitet werden. Die veränderte Struktur im Verkaufsgespräch bewirkt eine bedingungslose Konzentration auf den Kunden und seine Bedürfnisse. Das Vertriebsprinzip der Zukunft – Lösungs- und Konzeptverkauf.



Modulinhalte:

- Produktverkauf und Konzeptverkauf ein Unterschied wie Tag und Nacht.
- Die neue Rolle des Verkäufers was wird sich ändern.
- Welche Voraussetzungen braucht eine langfristige Kundenbeziehung die eigene Haltung als Erfolgsfaktor.
- Lösungen statt Schlacht der Argumente profitabel für beide Seiten.
- Aktiv unterstützen die Zukunft im Vertrieb.
- Gemeinsam ans Ziel eine kluge Strategie.

- Kundengespräche auf Augenhöhe führen.
- Anheben bisher ungenutzter Umsatzpotenziale.
- Kunde und Verkäufer sind Gewinner durch den Verkauf von Produktsystemen und Konzepten.
- Schaffen von langfristigen, tragfähigen und lukrativen Kundenbeziehungen.

Außendienst (3 J)

Pre	Modul	AD5
remi	Name	Das Jahresgespräch der Umsatz Turbo
3	Dauer	3 Tage

Viele Verkäufer benutzen das Jahresgespräch, um dem Kunden ein Präsent in Form einer Flasche Wein und den obligatorischen Kalender mit Firmenlogo vorbei zu bringen. Mit dem "Danke für die Zusammenarbeit" wird der Kunde verabschiedet.

Diese oberflächliche Kundenbetreuung fördert auf keinen Fall das Vertrauen und die Kompetenz in den Lieferanten.

Nutzen Sie in Zukunft das Jahresgespräch, um die Beziehung zum Kunden zu stärken und um nach Wegen zu suchen, um zukünftig ein größeres Umsatzvolumen verantwortungsvoll für den Kunden betreuen zu können.



Modulinhalte:

Jahresgespräche – Ziele und Inhalte definieren Phasen des Gesprächs entwickeln:

- 1. Jahresrückblick aus Sicht des Kunden
- 2. Jahresrückblick aus der Sicht des Verkäufers
- 3. Lieferantensituation
- 4. Ziele des Einkäufers/Unternehmen
- 5. Ziele des Verkäufers
- Austausch und verbindliche Vereinbarungen

Checklisten zur Gesprächsführung und -vorbereitung. Ausprobieren und üben.

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

Nach dem Seminar können Sie noch wirkungsvoller Bestandskunden entwickeln und so mehr Umsätze generieren. Darüber hinaus stärken Sie Ihre Position gegenüber anderen Lieferanten des Kunden. Dadurch, dass Sie nachhaltiger die Wünsche, Bedürfnisse und die Situation des Kunden kennen und der Kunde sich individueller durch Sie betreut fühlt, stärken Sie Ihre persönliche Bedeutung für den Kunden.

Außendienst (3 J)

Prem	Modul	AD6
<u>m</u> i	Name	Das Erstgespräch beim Kunden
ium	Dauer	2 Tage

Viele Gesprächspartner erleben in Erstgesprächen Verkäufer, die sich in den Mittelpunkt stellen und das eigene Unternehmen ausführlich vorstellen.

All dies sind Informationen, die einen Einkäufer noch nicht so richtig interessieren. Wenn dann noch das Gespräch so weiter geführt wird, dass man gerne die Preise vergleichen möchte, wird es kritisch. Denn dann kann der Kunde seine Probleme in Zukunft beim neuen Lieferanten einige Cent günstiger einkaufen. Aber das war es dann auch. Preisverkäufer werden immer unattraktiver für Unternehmen.

Deswegen setzen Sie in Zukunft neue Maßstäbe. Überzeugen Sie Ihre Gesprächspartner durch ein professionelles Erstgespräch! Stellen Sie Ihren Kunden in den Mittelpunkt und bauen eine reflektierte Beziehung auf.

HLH academy

Modulinhalte:

- Das Unternehmen aus Sicht meines Gesprächspartners
- Wer sitzt mir Gegenüber Kompentenzen/Verantwortlichkeiten
- Wie werden Entscheidungen im Unternehmen getroffen (Abläufe, Entscheidungswege)
- Was erwartet mein Gesprächspartner von einem Großhändler (ID/AD/Logistik...)
- Wer bin Ich? Darstellung der Intention für den Verkauf (Ich möchte sie dabei unterstützen, in Zukunft nicht nur Geld im Einkauf zu sparen, sondern dadurch, das sie weniger Produkte im Einsatz haben, Systeme benutzen können mit höheren Standzeiten und Ihre Mitarbeiter Zeit sparen....
- Reflektion
- Planung des nächsten Gesprächstermin Welche Produkte möchten sie auf den Prüfstand stellen, um zu schauen, welche Einsparpotentiale Sie in Zukunft nutzen können
- Leitfäden entwickeln und üben

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

Nach dem Seminar sind Sie in der Lage, Ihren Fokus noch besser auf den Gesprächspartner auszurichten. Sie können Ihren Kunden professionell überzeugen, dass HLH academy ein starker Partner ist, der nicht nur durch attraktive Preise überzeugen möchte, sondern den Kunden dabei unterstützt, durch Prozesseinsparungen langfristig viel mehr zu sparen.

Aussendienst (3 J)

Pre	Modul	AD7
remi	Name	Persolog Verkauf
ium	Dauer	2 Tage

Verkaufen mit Persönlichkeit – oder das Ass im Ärmel

Produkte und Dienstleistungen sind heute sehr vergleichbar der Mensch macht den Unterschied!

In Zeiten des immer komplexer werdenden Umfelds gewinnt der Ansprechpartner immer mehr Gewicht bei Kaufentscheidungen. Gerade Mitarbeiter im Vertrieb setzen ihre persönlichen Fähigkeiten häufig intuitiv schon gut ein.

Um das volle Potenzial aus der eigenen "Verkäufer" – Persönlichkeit zu schöpfen ist es Gold wert sich und den Kunden gut einschätzen zu können. Dieses Wissen ermöglicht es, Verkaufsgespräche schneller und effektiver zu führen als je zuvor.

Sie werden lernen, die Persönlichkeitstendenz Ihrer Kunden schnell und sicher einzuschätzen und richtig auf sie einzugehen. Die Art und Weise, wie Mitarbeiter Kunden, Lieferanten und Partnern begegnen, ist zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor geworden.

Mit Hilfe des Seminars können Sie Kunden- und Servicezufriedenheit sowie gute Kundenbeziehungen aufbauen.

Ermitteln Sie den Verhaltensstil Ihres Kunden und bereiten Sie sich detailliert auf Ihr Verkaufsgespräch vor.



Modulinhalte:

- Das persolog (DISG) Persönlichkeitsmodell was steckt genau dahinter.
- Das eigene Verkäuferprofil ermitteln.
- Wie man in den Wald ruft die eigene Wirkung sehen und verstehen.
- Welche Strategie kommt an Persönlichkeitstypen und deren Verhaltensweisen verstehen.
- Das Ass im Ärmel Unterschiede richtig nutzen.
- Der Turbo für Ihr Verkaufsgespräch das persolog (DISG) Konzept klug eingebunden.

- Fundierte Selbsteinschätzung auf Basis des persolog (DISG) Modells.
- Aktiv den individuellen Verhaltensstil einzusetzen.
- Den Verhaltensstil des Kunden einzuschätzen und die Gesprächsstrategie darauf auszurichten.
- Eine festere Vertrauensbasis mit dem Kunden zu schaffen.
- Stärkung des Expertenstatus durch den hohen Grad der Individualisierung.

Außendienst (3 J)

Pre	Modul	AD8
remi	Name	Außendienst der Industrie trifft auf Großhandel
ium	Dauer	2 Tage

Viele Gespräche die beim Kunden gemeinsam geführt werden, enden oft für alle Seiten ernüchternd. Ziele werden nicht erreicht und Aufträge nicht geschrieben oder nach großem Aufwand gerettet.

Der betreuende Außendienst möchte lösungsorientiert das Gespräch führen und der eingeladene Außendienst möchte oft gerne und ausführlich das eigene Unternehmen und das große Produktportfolio in den Mittelpunkt stellen.

In diesem Seminar haben die Teilnehmer der Industrie/Zulieferer und der HLH academy erstmalig die Chance gemeinsam Strategien und Gesprächsleitfäden zu entwickeln, die es Ihnen ermöglichen werden, gegenüber dem Kunden mit einer Stimme zu reden.

Mit gemeinsamen Zielen und Gesprächsstrukturen sich gegenüber dem Kunden ergänzend zu positionieren. Dadurch können Sie wirkungsvoller und professioneller für den Kunden tätig werden.

HLH academy

Modulinhalte:

- Gesprächsvorbereitung und klare Zieldefinition.
- Gesprächsaufbau und Argumentationsablauf.
- Wer macht was?
- Wie ergänzen wir uns im Gespräch.
- Was tun, wenn einer von beiden das Ziel aus den Augen verliert.
- Gesprächsauswertung und Feedback geben.
- Was wollen wir beim nächsten Mal anders machen.
- Vertiefung des Modul 1.
- Rollenspiele und üben (auf Wunsch auch mit Video-Feeback).
- An konkreten, eigenen praktischen Fallbeispielen arbeiten.

- Schneller und effektiver den Kunden überzeugen.
- Gemeinsame Gesprächsführung ohne Störfaktoren und weniger Reibungsverluste.
- Die Professionalität gegenüber dem Kunden kenntlich machen.
- Teamfähigkeit steigern.

Außendienst (3 J)

Pr	Modul	AD9
Premiun	Name	Produktschulungen interaktiv – ein Garant für Wachstum, Präsentationen.
3	Dauer	2 Tage

Oft erleben Kunden Produktschulungen und Präsentationen als ermüdend und wenig motivierend.

Auch wenn die Dienstleistung oder das Produkt in der Praxis helfen würde viel Geld und Zeit zu sparen, können nach so einer Darstellung viele Kunden sich nicht entschließen diese Lösung aktiv im Unternehmen einzusetzen.

Darüber hinaus bringen oft Produktschulungen nicht den erhofften Erfolg, da die Anwender oder die Außendienstmitarbeiter nicht überzeugt sind und mit nur wenig oder mäßigem Engagement an die Umsetzung gehen.

Viele Menschen sind in der Präsentation damit überfordert, wenn die Zuhörer in den Widerstand gehen und Gegenargumente bringen. Nun beginnt oft ein Schlagabtausch der Argumente. Das Resultat ist immer das Gleiche - "Ich verliere meine Zuhörer". Je stärker ich überzeuge und begeistere, um so größer ist der Erfolg.

In diesem Seminar lernen Sie Ihre Themen so zu präsentieren, dass Kunden, Anwender oder Außendienstmitarbeiter begeistert und motiviert werden.

HLH academy

Modulinhalte:

- Die erfolgreiche Präsentation:
 - Vorbereitung, Aufbau und Gliederung der Präsentation
 - Struktur und Dramaturgie von Präsentation
 - 1&1 der Foliengestaltung
 - Körpersprache und persönliche Haltung
 - Interaktion mit der Gruppe
 - Raus aus dem Widerstand Einwände ohne Argumentation und Rechtfertigung auflösen
 - Wirkungsvoller Medieneinsatz
 - Eigene Präsentationen auf den Prüfstand stellen
 - Video-Feedback zu Ihrer Wirkung auf die Gruppe
 - Viele individuelle Tipps ,Tricks und Ideen
 - Üben und ausprobieren

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

- Sie gewinnen mehr Sicherheit in der Durchführung von Präsentationen.
- Sie begeistern Ihre Zuhörer und erreichen Ihre Ziele
- Individuelle und persönliche Lernaufgaben
- Durch Video-Feedback bestmögliche Lernerfahrung

Methoden

Einzel- und Gruppenübungen, Arbeiten an Präsentationen aus dem eigenen Unternehmen, Video-Feedback, persönliche Tipps und Anregungen.

In vielen Meetings werden oft die Themen zerredet, Ziele die man sich gesetzt hat nicht erreicht und viele Mitarbeiter verliert man, statt sie zu begeistern. Plan- und ergebnislose Meetings kommen in den besten Unternehmen vor. Das kollektive Stöhnen über ein weiteres Meeting ist an der Tagesordnung. Die Gründe dafür sind vielfältig: Meetings seien zu zeitraubend, ineffizient, nervenzehrend. Teilnehmer haben oft das frustrierte Gefühl wieder einmal Zeit zu verplempern.

Wie sie wieder "Herr im Hause" werden, lernen Sie in diesem Seminar.

Seite 30 von 90

Außendienst (3 J)

Prem	Modul	AD10
emi	Name	Einzelcoaching
ium	Dauer	nach Bedarf

Sie haben die Möglichkeit nach der Seminarreihe ein individuelles Coaching für Ihren Mitarbeiter zu buchen. Dadurch werden die Methoden und Techniken in der Praxis noch einmal unter Anleitung des Trainers ausprobiert und in einem anschließenden Gespräch ausgewertet. Dies verstärkt den Umsetzungserfolg gravierend. Darüber hinaus bekommen Sie als Führungskraft einen genauen Entwicklungsstand Ihres Mitarbeiters. In einem abschließenden Gespräch, das idealerweise mit dem Vertriebsleiter stattfinden sollte, wird noch einmal herausgearbeitet, was konkret der Mitarbeiter in Zukunft verändern möchte, wie er das Ziel erreichen will und welche Hilfe er eventuell noch benötigt.

Voraussetzungen

Damit die Einzeltrainingsmaßnahme auch erfolgreich gestaltet werden kann, muss zwischen dem Vertriebsleiter, dem Mitarbeiter und dem Trainer eine klare Zieldefinition bestehen. Dazu ist es unabdingbar, dass der Trainer mit dem verantwortlichen Vertriebsleiter telefonisch alle relevanten Themen im Vorfeld dazu bespricht.

Fragen, die im Vorfeld beantwortet werden müssen:

- Weswegen findet die Einzeltrainingsmaßnahme statt?
- Was soll sich nach dem Tag verändern?
- In welchem Zeitraum sollen die Veränderungen eintreten?
- Wie wird das Ergebnis gemessen?
- Welche Unterstützung bekommt der Vertriebsbeauftragte nach der Einzeltrainingsmaßnahme?
- Was sind die Konsequenzen für den Vertriebsbeauftragten, wenn er sich nicht in dem Maße ändert wie gewünscht?



- Welche Kunden sollen besucht werden (Problemkunden oder Kunden wo der AD nicht weiterkommt oder wo er ein bestimmtes Ziel definieren kann)?
- Wie wird der Trainer beim Kunden vorgestellt?
- Wann und wo das gemeinsame Abschlussgespräch stattfindet.
 (Der Trainer ist nur in Anwesenheit des AD,s dazu bereit über dessen Stärken und Schwächen zu reden)

Grundsätzliches

Vor jedem Gespräch werden zwischen Trainer und dem Außendienstmitarbeiter individuell Ziele vereinbart (Entwicklungsbedarf).
Worauf soll der Trainer achten (welches Verhalten)?

Weswegen ist der Mitarbeiter mit diesem Verhalten unzufrieden und was bringt ihm persönlich eine Veränderung. Vor dem Erstgespräch erläutert der Trainer den Ablauf der Einzeltrainingsmaßnahme.

Reflektierendes Gespräch

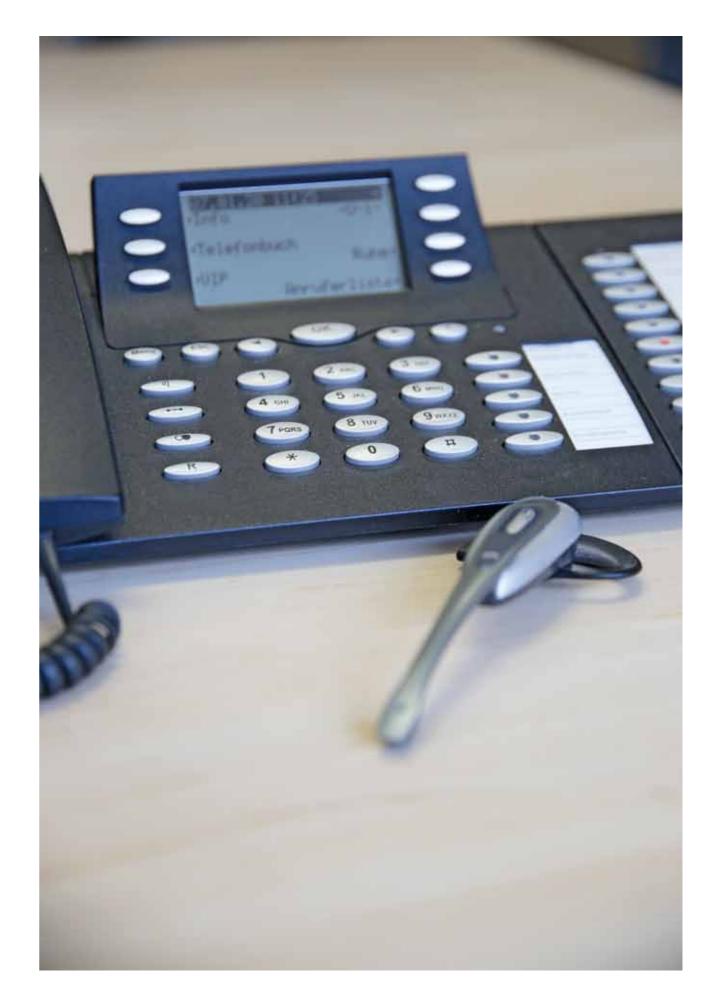
- 1. Report: Wie hat der Mitarbeiter das Gespräch erlebt positive und negative Momente und mögliche Konsequenzen werden erarbeitet.
- 2. Alternativen: Was würde der Mitarbeiter beim nächsten Mal ändern? Weswegen und mit welchem Ziel?
- 3. Feedback: Wie hat der Coach das Gespräch erlebt?
- 4. Austausch: Stimmen die Einschätzungen von Coach und Vertriebsmitarbeiter überein? Wenn nicht, wird herausgearbeitet woran das liegt.
- 5. Erarbeiten von Lösungen: Was will der Mitarbeiter in Zukunft ändern?

Abschlussgespräch

Im abschließenden Gespräch, dass idealerweise mit dem Vertriebsleiter stattfinden sollte, wird noch einmal herausgearbeitet, was konkret der Vertriebsbeauftragte in Zukunft verändern möchte. Wie er das Ziel erreichen will und welche Hilfe er eventuell noch benötigt. Mit einer gemeinsam entwickelten, schriftlichen Zielvereinbarung endet die Einzeltrainingsmaßnahme. Der Trainer bietet an, nach der Einzeltrainingsmaßnahme den Entwicklungsprozess des Mitarbeiters durch regelmäßiges Telefontraining zu begleiten. Bedingung ist jedoch, dass der Mitarbeiter, diese Gespräche einfordert.

HLH academy

Innendienst



Seite 34 von 91

Innendienst (2 J)

B	Modul	ID1
	Name	Kommunikation am Telefon
<u></u>	Dauer	2 Tage

Ressourcen im Vertrieb erfolgreich nutzen – Seminare für den Innendienst

Die Herausforderung an den vertriebsorientierten Innendienst ist groß: Denn wer heute im Vertrieb und Verkauf erfolgreich sein will, muss wirksamer als andere sein, um Menschen und Märkte für seine Produkte, Ideen und Leistungen zu gewinnen. Es gilt den verschiedensten Kunden und Situationen gewachsen zu sein.

Um diesen hohen Anforderungen gerecht zu werden, benötigen Ihre Mitarbeiter im Innendienst neben dem Fachwissen ein hohes Maß an Authentizität, Sicherheit und die Fähigkeit sich auf die Belange Ihrer Kunden einzustellen.

Die Digitalisierung schreitet voran. Immer mehr Kunden werden in Zukunft Ihre Produkte individuell per App oder über den Online-shop bestellen. Viele Vorgänge rund um das Thema "Bestelllogistik" werden selbständig im Hintergrund ablaufen.

Die neuen zeitlichen Freiräume wird der Innendienst nutzen um eine aktivere Rolle im Vertrieb einzunehmen. Beginnen Sie jetzt Ihre Mitarbeiter darauf vorzubereiten. Entwickeln sie jetzt die Kompetenzen, damit der Innendienst sich zum Umsatzturbo entwickeln kann.

Das 1x 1 der Kundenkommunikation – so stärken Sie Ihr Unternehmensbild nach Außen

In vielen Unternehmen haben die Mitarbeiter im Innendienst mehr Kontakt mit den Kunden, als der Außendienst. Dadurch tragen sie maßgeblich zu der Außenwirkung Ihres Unternehmens bei.

Viele Innendienstmitarbeiter sehen sich immer wieder mit Situationen konfrontiert, die sie unsicher werden lassen und denen sie sich erst einmal ratlos gegenüber sehen.



Die Inhalte des ersten Moduls geben Ihren Innendienstmitarbeitern die Möglichkeit, im Sinne Ihres Unternehmens zu agieren und die kundenorientierte Kommunikation zu verinnerlichen.

Modulinhalte:

- Wahrnehmung Grundsätze der Kommunikation.
- Gut vorbereitet ist halb gewonnen gezielte Gesprächsvorbereitung
- Begrüßung und Gesprächsführung:
 - Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance
 - Heißen Sie Ihre Kunden wirklich willkommen?!
 - Professionalität im Detail auch Weiterleiten gehört dazu
- In guten und in schlechten Zeiten professionelles Reklamationsmanagement
 - Beziehungsebene und Sachebene die Hintergründe
 - Der positive Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen
 - Nein sagen Wege aus der Gefälligkeitsfalle
- Kunden begeistern durch professionelles Beschwerdemanagement.

- Von Anfang an eine angenehme Gesprächsatmosphäre zu schaffen.
- In allem was Sie tun, den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen.
- Reklamationen als Kundenbindungsinstrument zu nutzen.
- Schwierige Gespräche lösungsorientiert zu führen.
- Beschwerden und Reklamationen als Chance zu verstehen.

Innendienst (2 J)

B	Modul	ID2
SA	Name	Verkauf am Telefon - Verkaufsgespräch
<u></u>	Dauer	2 Tage

Der Vertriebsturbo Innendienst

Viele Innendienstmitarbeiter telefonieren täglich mit Kunden – täglich ergeben sich bei genauerem hinsehen Verkaufschancen, die leider meist ungenutzt bleiben. Schade um das Geld – aber vor allem auch schade, dass die Möglichkeit nicht genutzt wird, den eigenen Expertenstatus zu festigen.

Denn werden die Beratungs- und Verkaufschancen aktiv von Ihrem Innendienst genutzt, so lernt der Kunde, dass gerade auch der Innendienst für ihn besonders wichtig ist. Dadurch gewinnen beide Seiten.

HLH academy

Modulinhalte:

- Die neue Rolle des verkaufsaktiven Innendienstes was ändert sich?
- Gespräche mit Verkäuferherz: Die positive Grundeinstellung für die volle Identifikation mit der eigenen Tätigkeit, dem Produkt, dem eigenen Unternehmen und dem Preis.
- Das Beratungs- und Verkaufsgespräch.
- Bedarfsermittlung was den Kunden wirklich beschäftigt.
- Beratung und Präsentation nur der Dialog führt zur richtigen Lösung.
- Wie schaffe ich Verbindlichkeit?
- Kaufsignale und Abschluss.
- Verabschiedung.
- Aktionen verkaufen ohne Druck.

- Aktiver Verkauf von Produkten, Aktionen und Dienstleistungen.
- Zusätzlichen Umsatz und Ertrag zu generieren.
- Den eigenen Expertenstatus und die Kundenbindung nachhaltig zu stärken.

Innendienst (2 J)

B	Modul	ID3
	Name	Akquise am Telefon – Neukundengewinnung
<u></u>	Dauer	2 Tage

So gewinnen Sie Neukunden am Telefon!

Wie viel Geld investieren Sie, um auf konventionellen Wegen Neukunden zu gewinnen? Stehen Einsatz und Gewinn noch in Relation? Strategien und Instrumente, die vor einiger Zeit noch wirksam waren um Neukunden zu gewinnen, laufen heute ins Leere. Die Ansprüche des Kunden gegenüber Dienstleistungen, Produkten und Anbietern steigen stetig. Gleichzeitig reagieren Kunden auf alle manipulativen Werbeversprechen mit Zurückhaltung.

Viele Außendienstmitarbeiter sind oft im Tagesgeschäft so eingebunden, dass die Neukundengewinnung im eigenen Gebiet zu kurz kommt. Nutzen sie die guten Fähigkeiten ihrer Innendienstmitarbeiter und die neu gewonnenen Kompetenzen, um fürs Unternehmen neue Kunden zu gewinnen.

Die Frage lautet: Was können Ihre Innendienstmitarbeiter aktiv tun, um neue Kunden für Ihre Dienstleistung und Produkte zu begeistern?

In diesem Seminar lernen Sie Wege kennen, mit deren Hilfe Sie erfolgreich Kunden am Telefon generieren können.

HLH academy

Modulinhalte:

- Techniken und Methoden der Neukundengewinnung.
- Instrumente der Neukundengewinnung.
- Aktives Empfehlungsmarketing.
- Umsetzungsstrategien.
- Praktische Tipps und Tricks.

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

Sie lernen eine Menge an innovativen Ideen und Möglichkeiten kennen, wie sie aktiv und verbindlich Neukunden gewinnen können. Darüber hinaus lernen Sie alle strategisch wichtigen Wege richtig anzuwenden, die zur Umsetzung wichtig sind.

Nur so können Sie direkt am nächsten Tag sofort beginnen und gewinnen.

Innendienst (2 J)

Pre	Modul	ID4
remi	Name	Angebotsmanagement, Zeitmanagement
iu m	Dauer	2 Tage

"Ihr Angebotsmanagement ist Ihr Auftragserfolg"

Wie viel Zeit verwenden täglich Ihre Mitarbeiter um individuelle Kundenangebote zu erstellen?

Rechnen Sie diese Arbeitszeit hoch, auf die Woche, auf den Monat, aufs gesamte Jahr. Aus wie vielen Angeboten werden dann tatsächlich Aufträge? Zahlt sich die Quote wortwörtlich aus?

Viele Angebote werden nur deswegen erstellt, weil der Kunde eines anfordert um mich abzuwimmeln oder damit er bei seinem jetzigen Lieferanten den Preis drücken kann. Doch dafür ist der Aufwand zu groß!

Wenn Sie jedoch ein professionelles Vorangebotgespräch führen, Angebote individuell erstellen, souverän, aktiv und nachhaltig nachfassen, dann steigen Ihre Chancen um ein Vielfaches aus einem Angebot auch einen Auftrag zu generieren.

Dabei ist besonders wichtig, dass Sie mit den häufigsten Vor- und Einwänden, kundenorientiert und souverän umgehen können.

Es gilt: Wer schreibt, der bleibt und damit sind definitiv Aufträge und nicht "leere" Angebote gemeint.



Modulinhalte:

- Klassifizierung von Anfragen.
- Führen von Vorangebotsgesprächen.
- Was tun, wenn der Kunde weitere Angebote einholt.
- Angebote erfolgreich verfolgen.
- Aktiv der Preisfrage begegnen.
- 5 wirksame Alternativen zum Rabatt.
- Professionelle Nachfassgespräche.
- Den Kunden motivieren eine Entscheidung zu treffen.
- Verkäufer versus Berater.

- Sie generieren gezielt ein Angebot zum Auftrag.
- Sie können stark und selbstbewusst auf Preisforderungen umgehen.
- Sie führen sicher und überzeugend Vorangebotsgespräche und fassen verbindlich Ihre Angebote nach bis eine Entscheidung gefallen ist und steigern so aktiv Ihren Umsatz.

Spita 12 yan 9

Innendienst (2 J)

Pre	Modul	ID5
emi	Name	Das Preisgespräch
ium	Dauer	2 Tage

"Der Preis ist heiß"

Wir verlieren Aufträge nicht an bessere Produkte oder Dienstleistungen, sondern an bessere Verkäufer! Fredmund Malik

Kunden haben schnell gelernt – überall gibt es Rabatte, bei jedem Preis ist noch was drin und sie erwarten dementsprechend auf die Frage: "Was können wir am Preis noch machen?" ein Erfolgserlebnis. Jedoch ist es wichtig, dass Kunden sich diesen Rabatt verbal erkämpfen müssen.

In der Realität erleben jedoch Kunden, dass auf die Frage nach dem Preis ein wahrer Rabattregen auf sie niederprasselt. Nur, nach so einem Regen gehen die Kunden nicht zufrieden aus dem Gespräch. Denn sie denken, ein Verkäufer, der so schnell Nachlässe gewährt, kann noch viel mehr im Preis nachlassen und beim nächsten Gespräch erwartet der Kunde noch größere Rabatte. Die Spirale nimmt kein Ende – und die Spirale macht Ihnen Ihr Geschäft kapputt.

Nur wie kann man die Spirale umkehren und trotzdem zufriedene Kunden bekommen?

Viele Verkäufer meinen nur mit Rabatten dem Verkaufsdruck gegenüber dem Wettbewerb bestehen zu können, aber Rabatte gibt es nur gegen Gegenleistung und müssen verhandelt werden!

In diesem Modul haben Sie die Möglichkeit, Ihre Fähigkeiten zum Thema Abschluss und Preisgespräch zu perfektionieren. Sie lernen fünf Phasen des Verhandelns kennen und Methoden und Techniken, die Ihnen rund um das Thema Preis, die Argumentation erleichtern und beim Abschluss Sie und den Kunden glücklich machen.



Modulinhalte:

- Preispsychologie was steht hinter dem Preis.
- Was sind meine eigenen Blockaden beim Thema Preis?
- Argumente die helfen.
- Was tun, wenn der Kunde sagt, ich gehe noch mal zum Wettbewerb?
- Fünf Phasen des Verhandelns.
- Einwand versus Vorwand Methoden und Techniken.
- Praktisches üben an Ihren Beispielen.

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

Die Seminarteilnehmer lernen und üben an Praxisbeispielen, wie Sie dem Kunden im Preisgespräch aktiv begegnen können, ohne Angst zu haben, dass der Kunde "unverrichteter Dinge" geht.

Mit dieser Sicherheit können die Teilnehmer ein "Rabattgespräch" in ein "Gewinngespräch" verwandeln – denn nur Gewinn auf beiden Seiten bedeutet Zufriedenheit und langfristigen Erfolg für Sie!

Führungskräfte



Führungskräfte (3 J)

B	Modul	FK1
AS	Name	Führungsaufgaben Führungsrollen
<u> </u>	Dauer	3 Tage

Erträge maximieren durch professionelle Führung im Vertrieb

Häufig wird die beste Kraft im Vertrieb in die leitende Position befördert, um das Vertriebsteam ebenso erfolgreich zu machen.

Führungskraft im Vertrieb zu sein bedeutet darüber hinaus häufig, dass die operativen Aufgaben in der Kundenbetreuung und die Führungsrolle zusammen bewältigt werden müssen. Plötzlich kommen so zu den üblichen und eingeübten Fähigkeiten des Verkaufens zusätzliche Anforderungen und notwendige Kompetenzen im Rahmen der Führungsrolle hinzu. Durchaus gibt es verbindende Elemente zwischen beiden Seiten, jedoch auch viele spezielle Aufgaben, Erwartungen und Anforderungen, die eine Vielfalt an professionellem Werkzeug, Wissen und Handeln erfordern, um dieser doppelten Rolle gerecht zu werden.

Ihr Weiterbildungskonzept unterstützt Sie in Ihrem intuitiven Führungsverhalten durch Professionalisierung von drei elementar wichtigen Bereichen:

- 1. Beschleunigen Sie Ihr Unternehmenswachstum durch professionelle Führungskräfte
- 2. Ihre Rolle und Aufgabe als Führungskraft im Vertrieb
- 3. Erfolgreich im Vertrieb zu sein und gleichzeitig eine wirkungsvolle Führungskraft zu sein ist eine enorme Herausforderung. Es ist ein großer Pool an Fähigkeiten und Kompetenzen notwendig, um diesem Anspruch gewachsen zu sein. Daher steht nun an erster Stelle die Reflexion der eigenen Rolle und der Aufgaben als Führungskraft im Vertrieb, sowie die Verinnerlichung professioneller Führungsinstrumente.



Modulinhalte:

- Mein Selbstverständnis als Führungskraft: Führungsdefinitionen, Führungsansätze, Rollenmodelle, operative vs. strategische Rolle, Arbeit im/am Unternehmen, professionelles Rollenmanagement
- Analyse des eigenen Führungsstils und dessen Effektivität
- Führungsinstrumente: Professionelle Delegation und Steuerung, Führen mit Zielen, Kontrolle, Informationsmanagement
- Führung der eigenen Person
- Emotionale Führung und Nutzung der eigenen Intuition

- Durch die Auseinandersetzung mit den Rollen und Aufgaben als Führungskraft setzen Sie die richtigen Prioritäten um.
- Sowohl Vertriebs- als auch Führungsaufgaben werden erfolgreich wahrgenommen.
- Der professionelle Einsatz typischer Führungsinstrumente macht Sie noch wirkungsvoller in der Steuerung Ihres Teams.
- Sie werden Ihre Mitarbeiter zielorientiert mit auf den Erfolgsweg nehmen.
- Durch die vielfältigen Methoden im Seminar haben Sie die Möglichkeit neben den theoretischen Inputs auch die Gruppe zu nutzen, um neu Erlerntes zu üben, in Gruppendiskussionen zu reflektieren und individuelle Feedbacks zur persönlichen Weiterentwicklung zu nutzen.

Führungskräfte (3 J)

BASIC	Modul	FK2
	Name	Gesprächsführung Teil 1
		Jahresgespräch, Zielvereinbarung, Delegieren
	Dauer	3 Tage

Steigern Sie Ihre Umsätze und Gewinne durch richtiges Leiten und Begleiten!

Das Führen von Mitarbeitern im Vertrieb gleicht manchmal der Aufgabe "einen Sack Flöhe zu hüten". Denn das Verkaufsteam besteht in aller Regel aus eher extrovertierten, selbstständigen und Freiraum liebenden Persönlichkeiten, die darüber hinaus auch sehr oft nicht vor Ort sind.

Dadurch entfällt ein großer Anteil der Kommunikation auf den telefonischen Kontakt, der dann vielleicht zu allem Überfluss auch noch zwischen zwei Kundengesprächen stattfindet.

Daher passiert es leicht, dass das so beliebte Sprichwort "Mitarbeiter fordern und fördern" im Tagesgeschäft hinten ansteht.

Um Ihre strategischen Vertriebs- und Unternehmensziele gesichert zu wissen, benötigt gerade Ihr Vertriebsteam – als Motor Ihres Unternehmens - Ihr professionelles Leiten und Begleiten.

Daher ist der Fokus des zweiten Moduls der effektiven, zielgerichteten sowie der leistungs- und potenzialorientierten Kommunikation zwischen Ihnen und Ihren Mitarbeitern gewidmet.

HLH academy

Modulinhalte:

- Analyse und Diagnose von Gesprächsanlässen
- Grundlagen der Gesprächsführung (Modelle, Kompetenzen, Gesprächstechniken)
- Zu berücksichtigende Einflussfaktoren (in psychologischer Hinsicht und externe Bedingungen)
- Die Gesprächsvorbereitung unter Berücksichtigung mentaler und inhaltlicher Belange
- Aufbau sowie Ablauf verschiedener Mitarbeitergespräche
- Umgang mit schwierigen und fordernden Gesprächssituationen (Widerstände)

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

Sie werden das Potenzial des zur Verfügung stehenden Führungsinstrumentariums (siehe Modul 1) voll nutzen können, da Sie Ihre Mitarbeiter in der Umsetzung deutlich stärker begleiten. Durch die zielorientierte und strategische Mitarbeiterkommunikation sind Sie in der Lage die Leistung besser beurteilen zu können, Ziele exakter zu stecken und so die optimale Leistungsfähigkeit jedes Einzelnen sicherzustellen.

Das sichert Ihre Zukunft! Denn so werden Ihre gesteckten Ziele und Visionen mit vereinten Kräften verfolgt und realisiert.

Durch den Einsatz von Videofeedback werden Sie persönliche ,Aha-Effekte' erleben, die Ihnen eine hervorragende Basis liefern, um sich selbst effektiv weiter zu entwickeln.

Seite 50 von 91

Führungskräfte (3 J)

BASIC	Modul	FK3
	Name	Geprächsführung Teil 2
		Kritikgespräch, Konfrontationsgesepräch
	Dauer	3 Tage

Führungskräfte brauchen motivierte Mitarbeiter.

Das Mitarbeitergespräch ist dazu ein wichtiges Tool. Dazu benötigt man die Fähigkeit Gespräche zu lenken, damit diese konstruktiv und strukturiert geführt werden können, um die Potenziale von Mitarbeitern zum tragen zu bringen.

In diesem Modul werden die wichtigsten Gesprächssituationen praktisch eingeübt. Gesprächsbeispiele aus der eigenen Praxis veranschaulichen die erfolgreichen Verläufe dieser Gesprächsabläufe.

HLH academy

Modulinhalte:

- Wesentliche Elemente und Phasen der Gesprächssituation für das:
 - Motivations-, Anerkennungs- und Fördergespräch
 - Kritik- und Konfrontationsgespräch
 - Jahresgespräch
 - Entwicklungsgespräch
- Die Zielvereinbarung ein verbindlicher und motivierender Abschluss.

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

Nach diesem Modul haben Sie viele professionelle Gesprächsinstrumente und Methoden eingeübt und ausprobiert, um Ihnen die Führung von Mitarbeitern zu erleichtern. Sie sind in der Lage auch komplexe Sachverhalte und schwierige Situationen kompetent in den Gesprächen zu kommunizieren. Da Sie an eigenen Fallbeispielen gearbeitet haben, können Sie effektiver als Führungskraft wirken.

Seite 52 von 91

Führungskräfte (3 J)

Pre	Modul	FK4
remi	Name	Führung mit Coaching Teil 1
ium	Dauer	3 Tage

Mit Bausteinen des Coaching können Sie nachhaltig und individuell Mitarbeiter führen und entwickeln.

Es ist das ideale Instrument um lösungsorientiert und motivierend Mitarbeiter zu begleiten. Diese Form ist deswegen so interessant, weil der Mitarbeiter das Gefühl erhält, selbstverantwortlich und selbstbestimmt, Ziele, Lernaufgaben und Aufgabenkompetenzen zu entwickeln.

Im Zentrum der Module liegt dabei konsequent das praktische Einüben der Coaching-Tools. Darüberhinaus erhalten Sie das nötige Rüstzeug und den Methodenkoffer, um künftig sicher mit diesen Instrumenten agieren zu können. Der Fokus dabei voll und ganz auf den beruflichen Kontext.

Die Themenschwerpunkte sind so gewählt, dass Sie künftig sowohl hilfreiche Impulse für unternehmensspezifische Prozesse bei Ihren Mitarbeitern setzen können und gleichzeitig Entwicklungen in Ihrem Verantwortungsbereich fördern und unterstützen können.

Kommunikation und Gesprächsführung im Coachingprozess

Wir klären, was ist Business-Coaching und wodurch unterscheidet sich diese Form der Mitarbeiterentwicklung und Begleitung von anderen Führungsmethoden. Wir besprechen in welchen Rahmen und für welche Anlässe im beruflichen Kontext Sie als Führungskraft mit diesem Ansatz arbeiten können. Lernen den Gesprächsablauf kennen und üben die speziellen Fragetechniken ein.



Modulinhalte:

- Was ist Business-Coaching und für welche Einsatzfelder ist es geeignet?
- Welche Grundvoraussetzungen müssen erfüllt sein, damit ein Coachingprozess zwischen Führungskraft und Mitarbeiter gelingen kann?
- Rollenklärung und Verantwortlichkeiten bestimmen.
- Die problemorientierte vs. die lösungsorientierte Grundhaltung im Coaching.
- Welche Einstellungen und Kompetenzen benötigt der Coach?
- Empathie als Voraussetzung vertrauensvoller Beziehungsgestaltung.
- Eigene Standortbestimmung und eigenes Selbstverständnis als Coach bestimmen.
- Coachingmodell und seine Phasen kennenlernen.
- Fragetechniken I.
- Üben und ausprobieren.

Seite 54 von 91

Führungskräfte (3 J)

Prem	Modul	FK5
<u> </u>	Name	Führung mit Coaching Teil 2
ium	Dauer	3 Tage

Tools/ der Werkzeugkoffer der anderen Art

Hier vertiefen sie Ihre Gesprächskompetenzen und lernen weitere Coachingmodelle kennen.

Im Vordergrund steht das praktische Einüben von Abläufen.

Bringen Sie konkrete Fallbeispiele mit, an denen Sie sich auf diese Arbeit in der Praxis vorbereiten können.

HLH academy

Modulinhalte:

- Auffrischung und Vertiefung.
- Ablauf des Coaching-Prozesses.
 - Welche Coaching-Erfahrungen wurden gemacht?
 - · Wirkebenen der Kommunikation: Sprache, Stimme, Körperhaltung.
 - Aktives Zuhören und Paraphrasieren als Kommunikationsmethoden im Coaching.
- Übungen zur Zielklärung von Coachinganliegen.
- Methoden zur Definition von Fortschritts- und Erfolgsindikatoren im Coachingprozess.
- Welche Modelle gib es noch?

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

Nach diesen beiden Modulen können Sie mit einem guten, reflektierten Wissen und vielem Handwerkzeug Ihre Mitarbeiter mit seinen Lernzielen auf dem Weg zu mehr Erfolg/Zufriedenheit kompetent begleiten.

Seite 56 von 90

Führungskräfte (3 J)

Pr	Modul	FK6
Premiu	Name	Veränderungsprozesse als Führungskraft steuern – Change Management
3	Dauer	3 Tage

Veränderungen im Unternehmen lösen oft Unsicherheiten aus!

Mitarbeiter erleben Veränderungsprozesse in Unternehmen im ersten Moment mehrheitlich als bedrohlich. Sie wissen nicht was auf sie zukommt und diese Unsicherheit wirkt sich auf das Betriebsklima aus und die Arbeitsleistung nimmt ab. Studien zeigen auf, dass bei schlecht implementierten Change Prozessen die Arbeitsleistung um bis zu 20 % sinkt.

Interne Veränderungsprozesse werden oft von Führungskräften implementiert und deswegen fühlen sich Mitarbeiter fremdbestimmt und das erhöht die Unsicherheit im Kollegenkreis. Mitarbeiter, die Veränderung als nötige Herausforderung wahrnehmen, lenken ihre Aufmerksamkeit schneller auf die positiven Aspekte. Die Anderen verharren in einer Schockstarre und lehnen die Veränderungen ab.

Um diese Mitarbeiter für das Vorhaben und für die aktive Mitarbeit zu gewinnen, ist es entscheidend eine strukturierte Organisationsentwicklung zu planen, um erfolgreich alle Mitarbeiter durch diese Zeit zu bringen. In 3 Modulen lernen Sie Veränderungsprozesse erfolgreich zu gestalten:

Change trifft Unternehmen

Veränderungen steuern und Mitarbeiter sicher führen. In Veränderungsprozessen wird Führungskräften und Mitarbeitern viel abverlangt. Etablierte Strukturen und bekannte Abläufe sollen nicht mehr gelten und Neues klappt noch nicht. Wer Veränderungen in Organisationen einführen und begleiten möchte, braucht einen guten Überblick und wirksame Strategien, Instrumente und Methoden, die für eine funkti-

HLH academy

onierende Gestaltung und eine nachhaltige Umsetzung elementar sind. Von allen Mitarbeitern, auch von denen die nicht selbst an der aktiven Gestaltung beteiligt sind, wird erwartet, dass Sie die Veränderungen unterstützen und dies am besten ohne Reibungs- und Motivationsverluste. Führungskräfte benötigen, um diese Veränderungen kompetent zu begleiten, soziale, methodische und kommunikative Werkzeuge. Sie sollen diejenigen verstehen und unterstützend begleiten, die das Gefühl haben etwas aufgeben zu müssen.

Modulinhalte:

- Change Management Was verbirgt sich eigentlich dahinter?
- Komplexes Handeln Denken Sie nicht eindimensional.
- Grundsätzliches und Prinzipielles für den Veränderungsprozess.
- Auf kritische Entwicklungsphasen vorbereitet sein.
- Aufgabe und Rolle/Verantwortlichkeiten von Führungskräften in Veränderungsphasen.
- Was Sie im Planungsverlauf beachten sollten.
- Was fördert und was behindert den Prozess?
- Kommunikation der Garant für eine erfolgreiche Veränderung.

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

Sie lernen in diesem Seminar die Grundlagen zum Verständnis und zur Gestaltung von Veränderungsprozessen.

So gewinnen sie Planungs- und Handlungssicherheit.

Führungskräfte (3 J)

Pre	Modul	FK7
emium	Name	Change trifft auf Team, Teamkultur
	Dauer	3 Tage

Führung & Entwicklung von Teams!

Die Arbeitsweise, die Charaktere, die gesetzten Ziele und nicht zuletzt durch den gesunden Ehrgeiz der Mitarbeiter im Vertrieb, bestehen viele Vertriebsorganisationen aus einem Kreis von vielen Einzelkämpfern.

Zuweilen ist dieses Verhaltensmuster dienlich, oft jedoch auch hinderlich. Vor allem wenn es um das strategische und zielorientierte Voranbringen Ihres Unternehmens geht, denn dann benötigen Sie ein ErfolgsTEAM im Markt, das sich auch als solches versteht und das Credo lebt.

Um Ihren Vertrieb optimal zu nutzen, bedarf es daher neben der individuellen Einzelförderung einen Führungsprozess das Team betreffend.



Modulinhalte:

- Entwicklungsphasen und Dynamik in Teams.
- Analyse der Teamkultur und geeignete Instrumente zur Beeinflussung.
- Musterprägende Rahmenbedingungen (z.B. Zielsysteme).
- Wie funktionieren Teams?
- Rollen und Typen in Teams.
- Lernprozesse im Team.
- Identifikation unproduktiver Muster.
- Bewältigung von schweren und konfliktbehafteten Situationen.

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

Ihr Erfolgsteam im Vertrieb ist mehr – und bewirkt mehr, als die Summe der einzelnen Mitarbeiter! Sie werden im Markt als stimmiges und schlagkräftiges Team wahrgenommen und erreichen Ihre Ziele dadurch deutlich schneller als mit Einzelkämpfern.

Ihre Mitarbeiter arbeiten motiviert zusammen und behalten Ihren gesunden, individuellen Ehrgeiz.

Gemeinsam nutzen Sie in der Gruppe die Möglichkeit, mit den erarbeiteten Inhalten an Ihren konkreten Praxisfällen zu arbeiten, um erste mögliche Maßnahmen und Wege zu finden.

Führungskräfte (3 J)

Premi	Modul	FK8
	Name	Meetings richtig führen
ium	Dauer	3 Tage

Enttäuschende Meetings und Präsentationen, die nicht zünden das kann schon nerven!

In vielen Meetings werden oft die Themen zerredet, Ziele die man sich gesetzt hat nicht erreicht und viele Mitarbeiter verliert man, statt sie zu begeistern.

Plan- und ergebnislose Meetings kommen in den besten Unternehmen vor. Das kollektive Stöhnen über ein weiteres Meeting ist an der Tagesordnung. Die Gründe dafür sind vielfältig:

Meetings seien zu zeitraubend, ineffizient, nervenzehrend. Teilnehmer haben oft das frustrierte Gefühl wieder einmal Zeit zu verplempern. Wie sie wieder "Herr im Hause" werden, lernen Sie in diesem Seminar.

Modulinhalte:

- Warum so viele Meetings scheitern.
- Wenn Arbeitsregeln nicht helfen.
 - Macht- und Kräfteverhältnisse erkennen und steuern.
 - Wer setzt sich wie durch?
 - · Gruppendynamiken und Meetingklima.
- Professionelles Meeting-Management.
 - Vorbereitung und Zielsetzung.
 - ABC bei der Durchführung von Meetings.
 - Kreativität und Innovation fördern statt "ja aber und das geht doch nicht!"
 - · Verbindlichkeit in Vereinbarungen und Protokoll.
- Einführung in die Regeln der Moderation:
 - Wie funktioniert Moderation erfolgreich?
 - Was ist die Aufgabe des Moderators?



- Konflikte erkennen, beilegen und vermeiden.
- · Kommunikationsbarrieren und schwierige Kollegen.
- Bereiten sie das nächste Meeting im Seminar vor.
- Rollenspiele/ Reflektion.

So überzeugen und begeistern Sie Kunden durch Ihre professionelle Präsentation – Interaktion statt Einbahnstraße

Sie investieren viel Zeit, Geld und Mühe, um bei Ihren Mitarbeitern und Kunden einen Platz im Terminkalender zu ergattern. Denn nur dann bietet sich Ihnen die Möglichkeit, ein neues Produkt, ein neues Konzept oder auch die nächste Strategie attraktiv und überzeugend zu präsentieren.

Nun ist es die Kunst, in einem vorgegebenen Zeitrahmen Ihren Gesprächspartner zu überzeugen, besser noch zu begeistern! Um Ihren Zuhörer mit der Präsentation zu erreichen, muss dieser mit seinen Belangen und Bedürfnissen im Mittelpunkt der Kommunikation stehen. Damit Sie das in allen Phasen des Gesprächs gewährleisten können gilt es optimal vorbereitet zu sein, die richtigen Argumente zum richtigen Zeitpunkt parat zu haben und mit Ihrem Gegenüber in ein gutes Gespräch zu kommen. Nicht zuletzt ist es ein großer Pluspunkt auch mit schwierigen und unvorhersehbaren Situationen souverän umgehen zu können.

Sie werden mit Ihren Präsentationen in Zukunft begeistern weil:

- Sie Ihre Präsentationen inhaltlich und didaktisch optimal auf die Zielgruppe abstimmen!
- Sie eine überzeugende Nutzenargumentation zu Ihrem Produkt- und Leistungsspektrum entwickeln!
- Sie Ihren Gesprächspartner gekonnt mit einbeziehen Interaktion statt Einbahnstraße!
- Sie auch komplexe Sachverhalte verständlich und merkenswert verdeutlichen!
- Sie professionell und souverän auftreten!

In diesem Seminar haben Sie die Möglichkeit, die theoretisch erarbeiteten Inhalte durch einen hohen Übungsanteil sofort in die Tat umzusetzen! Daher bereiten Sie bitte eine Präsentation vor, die Sie zum Seminar mitbringen (freie Medienwahl).

Führungskräfte (3 J)

Pre	Modul	FK9
emi	Name	Präsentationen
iu m	Dauer	3 Tage

So überzeugen und begeistern Sie Kunden durch Ihre professionelle Präsentation - Interaktion statt Einbahnstraße

Sie investieren viel Zeit, Geld und Mühe, um bei Ihren Mitarbeitern und Kunden einen Platz im Terminkalender zu ergattern. Denn nur dann bietet sich Ihnen die Möglichkeit, ein neues Produkt, ein neues Konzept oder auch die nächste Strategie attraktiv und überzeugend zu präsentieren.

Nun ist es die Kunst, in einem vorgegebenen Zeitrahmen Ihren Geprächspartner zu überzeugen, besser noch zu begeistern!

Um Ihren Zuhörer mit der Präsentation zu erreichen, muss dieser mit seinen Belangen und Bedürfnissen im Mittelpunkt der Kommunikation stehen. Damit Sie das in allen Phasen des Gesprächs gewährleisten können, gilt es optimal vorbereitet zu sein, die richtigen Argumente zum richtigen Zeitpunkt parat zu haben und mit Ihrem Gegenüber in ein gutes Gespräch zu kommen.

Nicht zuletzt ist es ein großer Pluspunkt auch mit schwierigen und unvorhersehbaren Situationen souverän umgehen zu können.



Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

- Sie werden mit Ihren Präsentationen in Zukunft begeistern weil: Sie Ihre Präsentationen inhaltlich und didaktisch optimal auf die Zielgruppe abstimmen!
- Sie eine überzeugende Nutzenargumentation zu Ihrem Produkt- und Leistungsspektrum entwickeln!
- Sie Ihren Gesprächspartner gekonnt mit einbeziehen Interaktion statt Einbahnstraße!
- Sie auch komplexe Sachverhalte verständlich und merkenswert verdeutlichen!
- Sie professionell und souverän auftreten!

In diesem Seminar haben Sie die Möglichkeit, die theoretisch erarbeiteten Inhalte durch einen hohen Übungsanteil sofort in die Tat umzusetzen! Daher bereiten Sie bitte eine Präsentation vor, die Sie zum Seminar mitbringen (freie Medienwahl).

Führungskräfte (3 J)

Premium	Modul	FK10
	Name	Bewerbungskandidaten richtig auswählen, Probezeit ist Ausbildungszeit
	Dauer	3 Tage

Die ersten 100 Arbeitstage – so wichtig sind diese ersten Monate, um aus neuen Bewerbern richtige Teamplayer zu machen.

Diesen Satz kennen sie bestimmt auch: "Bei uns haben wir das so gemacht". Deutlicher kann ein neuer Mitarbeiter nicht zeigen, dass er im neuen Unternehmen noch nicht angekommen ist und immer noch an die Abläufe und Strukturen seiner letzten Arbeitsstelle emotional und inhaltlich gebunden ist.

Die fehlende strukturierte Einarbeitung und Auseinandersetzung mit den neuen Strategien, Abläufen und Arbeitsregeln erschwert die Integration in das neue Team und die Arbeitsleistung entspricht nicht den erwarteten Vorstellungen der Führungskraft.

Stehen am Ende die verkäuferischen Fähigkeiten und die persönlichen Einstellungen der neuen Mitarbeiter nicht mit denen Ihres Unternehmens im Einklang, werden viele Kunden nicht bei Ihnen kaufen! Ist Ihnen das als Unternehmer bewusst?

Deswegen entwickeln Sie mit Ihren Führungskräften einen Plan, der klar definiert, welche Fähigkeiten, Methoden und Techniken im Kundenkontakt zukünftige Mitarbeiter aktiv einsetzen sollen.

Wenn sie Arbeitsabläufe und Gesprächstechniken klar bestimmen, nur dann können Sie erwarten, dass neue Mitarbeiter sich damit auseinandersetzen. Übrigens, die ersten 6 Monate sind keine Probezeit, sondern Ausbildungszeit. Der neue Mitarbeiter braucht klar definierte Wochenziele, die besprochen, begleitet und kontrolliert werden. So stellen sich

HLH academy

Erfolge ein, Entwicklungsetappen können bestimmt werden und Sie können sofort sehen wie engagiert dieser Mitarbeiter lernwillig und veränderungsbereit den neuen Kurs aufnimmt.

Zugegebenerweise ist das nicht bequem, nur ist es viel besser, als am Ende enttäuscht sagen zu müssen, dieser Mitarbeiter hat sich aber im Bewerbungsgespräch ganz anders präsentiert.

Zum Schluss noch ein ganz wichtiger Punkt: Unausgesprochene Mitarbeiterregeln wirken viel stärker als gute Vorsätze von Führungskräften.

Ein Beispiel: Ein neuer Kollege kommt ins Team, ist sehr engagiert, spricht Kunden aktiv an, und macht schnell wachsende Umsätze. Das gefällt dem Team nicht, sie finden es lästig, selber aktiv Kunden anzusprechen, spätestens nach einer Woche hat sich der neue Mitarbeiter angepasst, nicht der vermeintlichen Führungskraft, sondern dem Team.

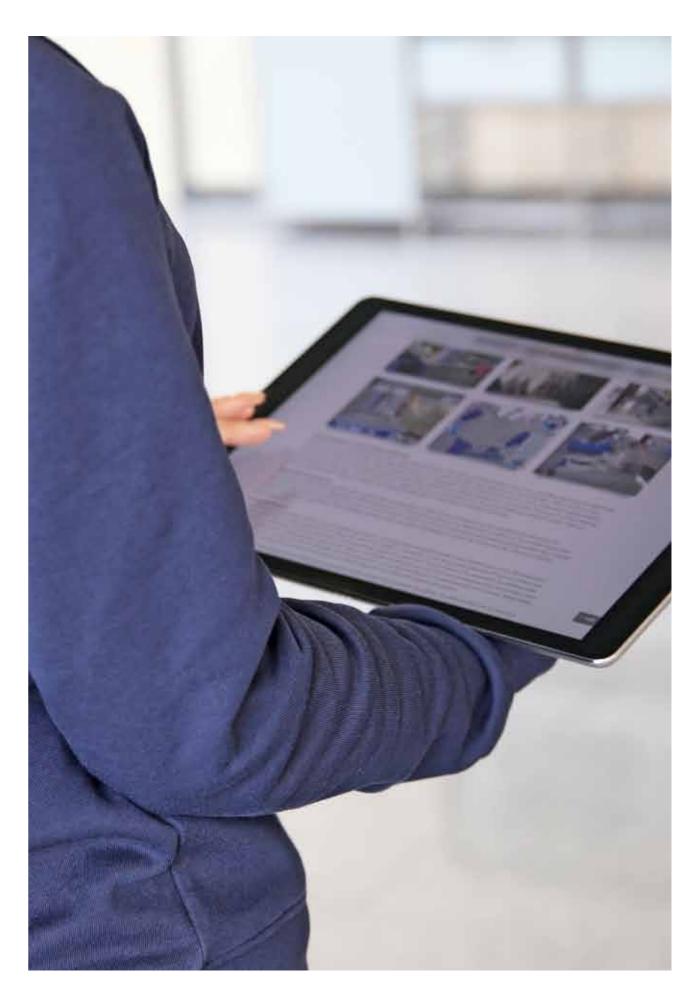
Modulinhalte:

- Altes und Neues Rollenbild So werden Stärken und Schwächen und Lernthemen aufgedeckt.
- Arbeitsabläufe und Fähigkeiten klar definieren.
- Probezeit ist Ausbildungszeit so entwickeln sie Ihre Mitarbeiter in 6 Monaten.
- Neues Teammitglied neuer Ärger, neue Chancen überlassen sie nichts dem Zufall.
- Unternehmenskultur so wirken unausgesprochene Unternehmensgesetze.
- Entwickeln Sie Checklisten und Zielvereinbarungen so haben Sie den Überblick.
- Kontrolle, Fordern und Fördern.
- Starten Sie mit einem Entwicklungsplan schon im Bewerbungsgespräch.
- Mit Fragen entwickeln so übernehmen Mitarbeiter Verantwortung.

HLH academy

Seite 66 von 9

Auszubildende



Auszubildende

B	Modul	AZ1
AS	Name	ID
SIC	Dauer	2 Tage

Auszubildende eine Visitenkarte Ihres Unternehmens kundenorientierte Kommunikation

Wirft man einen Blick in den Lehrplan der Auszubildenden in den verschiedensten kaufmännischen Berufsbildern, so findet man dort jede Menge branchenspezifisches Fachwissen. So vermisst man dort so elementare Themen wie aktives Verkaufen und kundenorientierte Kommunikation.

Daher bietet Ihnen diese Seminarreihe für Auszubildende die Möglichkeit, aktiv an diesen beiden Themenschwerpunkten zu arbeiten. Die Inhalte werden speziell auf das Bedürfnis der Auszubildenden angepasst und im Training entsprechend für diese Zielgruppe erarbeitet.

In vielen Unternehmen haben auch junge Mitarbeiter Kontakt mit den Kunden, sei es telefonisch oder persönlich. Und unabhängig davon, ob sie sich noch in der Ausbildung befinden oder nicht, sie tragen genauso zu der Außenwirkung Ihres Unternehmens bei wie alle anderen Mitarbeiter auch.

Geben Sie Ihren Auszubildenden die Möglichkeit, von Anfang an im Sinne Ihres Unternehmens zu agieren und die kundenorientierte Kommunikation zu verinnerlichen.

Denn später Fehler wieder zu eliminieren, die sich im Laufe der Zeit eingeschlichen haben ist schwer und kostet bedeutend mehr Kraft, Zeit und vor allem Geld.

Das Seminar leistet einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung der Sozial- und Methodenkompetenz. Junge Menschen sollten schon am Anfang ihrer Berufsausbildung lernen, Verantwortung zu übernehmen, im Team

HLH academy

zu arbeiten, problemlösend zu handeln und Konflikte lösungsorientiert zu behandeln.

Modulinhalte:

- Was heißt Kundenorientierung und Dienstleister zu sein?
- Was sind die Wünsche und Bedürfnisse eines Kunden?
- Teamkommunikation ist nicht nur ein Wort.
- Grundlagen der Kommunikation.
- ABC am Telefon.
- Reklamationsmanagement und Konfliktmanagement.
- Zielgerichteter und angemessener Kontakt zu Kunden und Kollegen.

Auszubildende

₽.	Modul	AZ2
	Name	Präsentationen
C	Dauer	2 Tage

So überzeugen und begeistern Sie Kunden durch Ihre professionelle Präsentation – Interaktion statt Einbahnstraße

Sie investieren viel Zeit, Geld und Mühe, um bei Ihren Mitarbeitern und Kunden einen Platz im Terminkalender zu ergattern. Denn nur dann bietet sich Ihnen die Möglichkeit, ein neues Produkt, ein neues Konzept oder auch die nächste Strategie attraktiv und überzeugend zu präsentieren.

Nun ist es die Kunst, in einem vorgegebenen Zeitrahmen Ihren Gesprächspartner zu überzeugen, besser noch zu begeistern! Um Ihren Zuhörer mit der Präsentation zu erreichen, muss dieser mit seinen Belangen und Bedürfnissen im Mittelpunkt der Kommunikation stehen. Damit Sie das in allen Phasen des Gesprächs gewährleisten können gilt es optimal vorbereitet zu sein, die richtigen Argumente zum richtigen Zeitpunkt parat zu haben und mit Ihrem Gegenüber in ein gutes Gespräch zu kommen. Nicht zuletzt ist es ein großer Pluspunkt auch mit schwierigen und unvorhersehbaren Situationen souverän umgehen zu können.

HLH academy

Teilnehmerfähigkeiten nach Abschluss des Moduls:

Sie werden mit Ihren Präsentationen in Zukunft begeistern weil:

- Sie Ihre Präsentationen inhaltlich und didaktisch optimal auf die Zielgruppe abstimmen!
- Sie eine überzeugende Nutzenargumentation zu Ihrem Produktund Leistungsspektrum entwickeln!
- Sie Ihren Gesprächspartner gekonnt mit einbeziehen Interaktion statt Einbahnstraße!
- Sie auch komplexe Sachverhalte verständlich und merkenswert verdeutlichen!
- Sie professionell und souverän auftreten!

In diesem Seminar haben Sie die Möglichkeit, die theoretisch erarbeiteten Inhalte durch einen hohen Übungsanteil sofort in die Tat umzusetzen! Daher bereiten Sie bitte eine Präsentation vor, die Sie zum Seminar mitbringen (freie Medienwahl).

Auszubildende

В	Modul	AZ3
AS	Name	Auf dem Weg zum Profiverkäufer
Ō	Dauer	3 Tage

Auch der aktive Verkauf spielt für viele Auszubildende eine immer größere Rolle.

Um in Zukunft in diesem Bereich Spitzenleistung erbringen zu können, ist es wichtig, dass Ihre Auszubildenden das Thema Verkaufen Schritt für Schritt erlernen.

Die Teilnehmer lernen das Verkaufsgespräch in allen einzelnen Phasen kennen und lernen dieses Gespräch aktiv zu führen – von der Begrüßung bis zur Verabschiedung.

a Erfolgreicher handeln mit dem passenden Wissen

HLH academy

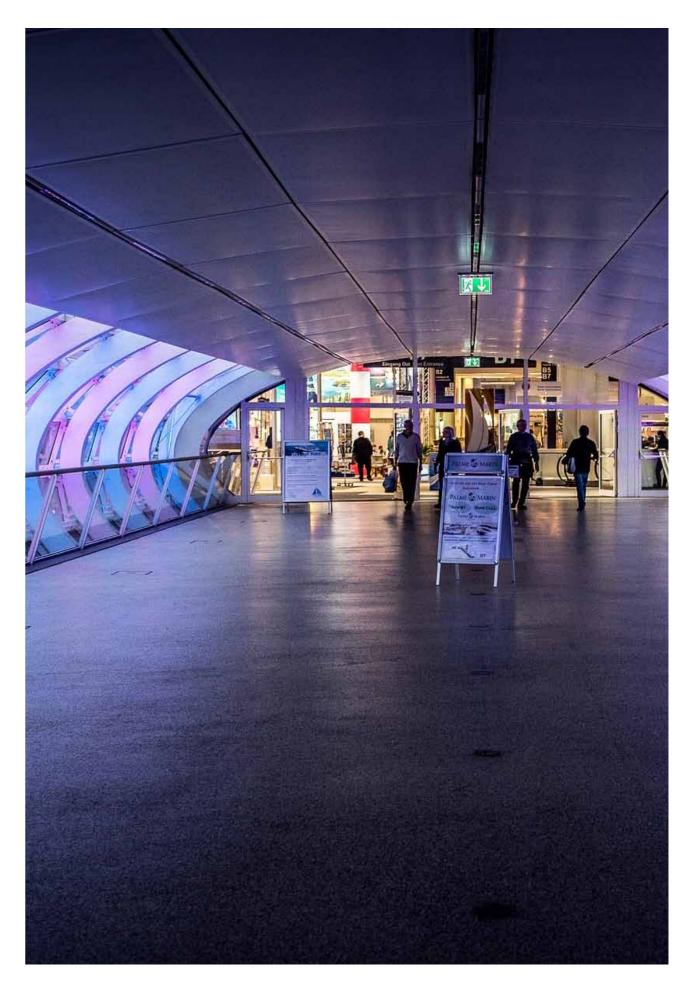
Modulinhalte:

- Das Kundengespräch in seinen Phasen:
- Was will der Kunde?
- Fragekompetenz der Schlüssel zum Erfolg.
- Überzeugende Argumente damit wächst die eigene Kompetenz.
- Verbindlichkeit erzeugen.
- Aktionen leicht verkaufen das perfekte Übungsfeld.
- Produktkenntnisse die Systematik macht es.
- Welche Informationen sind wichtig?
- Wie bewerte ich Produkte?
- An vielen Beispielen wird geübt.

HLH academy

Seite 74 von 9

Spezialthemen



Spezialthemen

Pre	Modul	S1
emi	Name	Messeziele richtig setzen
iu m	Dauer	1 Tag

Große Messen, Hausmessen und Ausstellungen – so lohnt sich die Investition

Ob große Messen, Hausmessen oder Ausstellungen, sie sind für viele Unternehmen eine der wichtigsten Akquiseveranstaltungen des Jahres. Leider auch die teuersten!

Messen so heißt es, sind nicht kalkulierbar und welcher Umsatz für das Unternehmen dabei erwirtschaftet wird, ist schwer nachzuvollziehen. Erfolgsergebnisse sind damit nicht greifbar.

Das heißt, vom Marketinginstrument Messe wird nicht erwartet, dass ein positives finanzielles, oder zumindest ein ausgeglichenes Ergebnis erzielt wird, nein es wird sogar hingenommen, dass diese Maßnahme viel Geld kostet, aber scheinbar nur einen bedingten Erfolg einbringen kann.

Das ist ein Irrglaube, denn wer Messen und Ausstellungen zielgerichtet nutzt, hat ein hervorragendes Marketinginstrument an der Hand, um effizient neue Kunden zu gewinnen und zusätzliche Umsätze und Erträge zu generieren.

Lernen Sie die entscheidenden Schritte kennen, um Ihre Messe, Hausmesse oder Ausstellung zum vollen Erfolg werden zu lassen. Erwarten Sie in Zukunft, dass Ihre Messe eine Investition ist, die auch Zinsen bringt!

Die richtigen Ziele für die richtige Messe

Weshalb investieren Unternehmen Geld, Zeit und Manpower, um auf der Messe auszustellen: Weil wir das schon immer so machen, weil wir zeigen wollen, wer wir sind oder einfach nur weil wir unser Image pflegen wollen



und wir müssen doch Flagge zeigen? So oder ähnlich klingen die Gründe für eine Messebeteiligung.

Das heißt, vom Marketinginstrument Messe wird nicht erwartet, dass ein positives finanzielles oder zumindest ein ausgeglichenes Ergebnis erzielt wird. Es wird hingenommen, dass diese Maßnahme viel Geld kostet, aber scheinbar nur einen bedingten Erfolg einbringen kann. Wer die Messe jedoch zielgerichtet nutzt, hat ein hervorragendes Marketinginstrument an der Hand, um effizient neue Kunden zu gewinnen und zusätzliche Umsätze und Erträge zu generieren.

Modulinhalte:

- Strukturierte Vorbereitung und Zielfindung.
- Definition der eigenen Messeziele.
- Messeziele sind messbar Maßnahmen und Strategien.
- Welche Kunden- und Besuchernutzen stehen im Mittelpunkt.
- Zielgruppenanalyse und Strategieplan.
- Passt das Messstand-Design zu unseren Messezielen.
- Zielkundeneinladungsmanagement.
- Messecontrolling Tagesziele, Nachmesseergebnisse.
- Messenachbearbeitung.

Sie können die Schnellsten sein beim Auf- und Abbau des Messestandes. Sie können einen professionellen Messestand präsentieren. Was nutzt all dieser Ehrgeiz, wenn die Verantwortlichen und das Messeteam nicht wissen, wozu all der Aufwand ist. Denn wenn man nicht weiß, wohin man will, dann spielt es auch keine Rolle, wie schnell man unterwegs ist. Nur klare Ziele geben den täglichen Aktivitäten auf der Messe eine klare Richtung und vor allem wissen alle Beteiligten, welche "Marschrichtung" vorgegeben wurde. Und es ist auch die einzige Möglichkeit festzustellen, ob und gegebenenfalls wann man von dem geplanten Weg abgekommen ist. Ziele geben Orientierung und sie sind gleichzeitig Maßstab und Motivation zur Leistung und damit Kriterium zur Erfolgskontrolle. Damit Sie Ihre Ziele auf der Messe umsetzen, brauchen Sie ein Standteam, das die Ziele kennt und seine Kommunikation zum Besucher/Kunden darauf auch einstellt. Nur durch ein Messeteam, das zielorientiert auftritt und kommuniziert, werden Sie den vollen Erfolg erzielen.

Spezialthemen

5	Modul	S2
emi	Name	Messekommunikation
ium	Dauer	1 Tag

Modulinhalte:

- Das strukturierte Messegespräch.
 - Kompetente Ansprache
 - Professionelle Kundenqualifizierung (touch and go)
 - Motivierende Präsentation
 - Beispieltermin
- Messeregeln fürs Messeteam vermittelten.
- Dos & Don'ts zur Messe.
- Termine setzen für die Messenachbearbeitung.
- Erfolgsorientiertes Agieren bei zu wenig Besucheraufkommen auf dem Messestand.
- Rollen und Aufgaben des Messeteam.

Hausmesse

Wenn Hausmessen richtig organisiert und strukturiert werden, sind Sie ein hervorragendes Marketinginstrument um Neukunden zu gewinnen, Potenziale von Stammkunden zu heben und die eigene Position im regionalen Markt zu stärken.

Hier lernen Sie alles was sie benötigen, um eine Hausmesse zu organisieren und erfolgreich zu präsentieren.

HLH academy

Spezialthemen

Pre	Modul	S3
remi	Name	Kampagnen richtig gestalten
ium	Dauer	2 Tage

Im Rahmen der HLH academy wird es künftig Kampagnen für strategische Partner mit ihren strategischen Produkten geben.



Spezialthemen

Pre	Modul	S4
emi	Name	Webinar - Kampagnen für den ADM
m	Dauer	2 Std

Im Rahmen der HLH academy entstehen neben den Präsenzveranstaltungen digitale Inhalte zur optimalen Begleitung der Veranstaltungen.



Spezialthemen

Premium	Modul	S5			
	Name	Lernzielkontrolle			
	Dauer	2 Tage			

Leitfaden zur Sicherung des Return on Investment bei Seminaren -Was können Sie als Führungskraft beitragen?

Im Rahmen der Weiterentwicklung werden Mitarbeiter immer wieder einmal Seminare besuchen. Da der Seminarbesuch einerseits keinen Selbstzweck darstellt und andererseits eine "enorme" Investition des Unternehmens darstellt, gilt es die Mitarbeiter rund um das Seminar entsprechend professionell zu begleiten. Dazu hilft ihnen dieser kurze Leitfaden.

Vorbereitung auf das Seminar

Bevor der Mitarbeiter endgültig für das Seminar angemeldet wird, klären Sie mit ihm, was der Sinn und Zweck von dieser Seminarteilnahme sein wird. Die Effektivität der Seminarteilnahme hängt maßgebend von der Zielklarheit auf beiden Seiten ab. Dabei sind zur Vorbereitung folgende Fragen sehr hilfreich:

- Was erwarte ich als Führungskraft von der Seminarteilnahme meines Mitarbeiters?
- Welches neue Leistungsniveau soll dadurch erreicht werden?
- · Was konkret soll der Mitarbeiter nach der Seminarteilnahme, wie anders machen?
- Was erwartet der Mitarbeiter von dieser Seminarteilnahme?
- Für welche Arbeitsplatzsituationen will der Mitarbeiter neue und konkrete Anregungen, bzw. Know-how erhalten?



- Wie wollen wir die Transferphase nach dem Seminar gestalten?
- Für welche Fragen der Kollegen soll der Mitarbeiter Lösungen, Ideen oder Anregungen vom Seminar mitbringen?
- Wie wird sich der Mitarbeiter im Seminar verhalten, damit seine Themen auch tatsächlich im Seminar behandelt werden?

Nachbereitung vom Seminar (Transferphase)

Der Mitarbeiter kehrt nach der Seminarteilnahme wieder zurück. Jetzt ist das sogenannte Transfergespräch besonders wichtig. Denn jetzt gilt es zu klären, wie das Gelernte am Arbeitsplatz umgesetzt werden soll und kann. Dazu helfen Ihnen folgende Fragestellungen:

- Welche neuen Erkenntnisse bzw. Know-how haben Sie erhalten?
- Wie helfen diese neuen Erkenntnisse bzw. Know-how Ihnen, unserem Team weiter?
- Wo und wie werden Sie die neuen Erkenntnisse konkret umsetzen?
- Welche Schwierigkeiten sehen Sie zurzeit auf sich zukommen, wenn Sie das Neue umsetzen werden?
- Wie werden Sie damit umgehen, damit dies nicht zu einem Scheitern führen kann?
- Wer spricht wen an, wenn es Umsetzungsschwierigkeiten gibt?
- Wann starten Sie mit der Umsetzung, bei welchen Kunden starten Sie?
- Wie wollen Sie das Neue dort konkret umsetzen?
- Welche Schwierigkeiten sind dort realistisch zu erwarten?
- Wie werden Sie damit umgehen, damit Sie diese Schwierigkeiten meistern können?
- Bis wann werden Sie mit der Umsetzung fertig sein?

Seite 86 von 91

Feedbacksitzungen im Rahmen der Umsetzung

Im Rahmen der Umsetzung ist es wichtig, dass Sie regelmäßig Feedbackgespräche zum Stand der Umsetzung führen. Hier geht es um das Controlling, also die Steuerung der Umsetzung des Gelernten. Hier helfen folgende Fragestellungen:

- Was ist bereits umgesetzt?
- · Welche Erfolge haben Sie dabei erzielt?
- Was ist besonders gut gelungen?
- Aus welchem Grund ist es besonders gut gelungen?
- Was haben Sie wie konkret anders gemacht als früher?
- Wie werden Sie diese Erkenntnisse auch in Zukunft bewusst nutzen?
- Was ist bei der Umsetzung "schlecht" gelaufen?
- Was konkret war es?
- Wie können Sie/wir dafür sorgen, dass auch in diesen Situationen in Zukunft mehr Erfolg erzielt werden kann?
- Wie werden Sie das Neue jetzt konkret umsetzen?
- Wie können wir z. B. durch ein Training on the Job für mehr Effektivität und somit mehr Erfolg im Rahmen des Transfers sorgen?
- Bei Unklarheiten bitte den Trainer kontaktieren.

Damit Sie die Sicherheit haben, daß Ihre Mitarbeiter noch verbindlicher die Seminarinhalte aus der HLH academy umsetzen, können Sie auf bewährte Strategien zurückgreifen.

Von außen kann der Lerntransfer optional durch folgende Möglichkeiten unterstützt werden:

- SMS-Versand zwischen den Seminaren: Ihre Teilnehmer erhalten jede Woche eine kurze SMS mit einer Erinnerung an ein bestimmtes Thema. So ist sichergestellt, dass die Inhalte auch während des hektischen Alltages immer wieder in Erinnerung gebracht werden.
- Trainerhotline: Hier haben Ihre Mitarbeiter die Möglichkeit, immer wenn Sie eine kritische Situation im Verkaufsalltag oder Bereich des Führens erlebten, Kontakt zum Trainer aufzunehmen und gemeinsam mit dem Trainer Lösungsansätze zu entwickeln und kontrollierend einzuüben.

HLH academy

- Selbst adressierter Brief: Hier definiert jeder Teilnehmer seine persönlichen Ziele zur Umsetzung seiner Seminarhighlights. Die Briefe werden am letzten Seminartag eingesammelt und nach 14 Tagen ungeöffnet an die Teilnehmer versandt. So können Ihre Mitarbeiter die Umsetzung selbst kontrollieren.
- Aufgabenstellung zwischen den Seminaren: Ihre Teilnehmer erhalten pro Monat eine Email vom Trainer, in der spezielle Aufgaben/ Workout's) zu lösen sind. Die Lösungen werden vom Trainer gesichtet und jeder Teilnehmer erhält ein persönliches Feedback.
- Die Teilnehmer halten alle 14 Tage Telefonkonferenzen mit dem Trainer und der Führungskraft vor Ort, ab. Die Tagesordnungspunkte der Teilnehmer können jeweils am Vorabend per Email vereinbart werden und werden am darauffolgenden Abend abgearbeitet. So ist sicher gestellt, dass die vereinbarten Ziele konkret nachgefasst und eingehalten werden.
- Zwischen den Modulen Webinare: In denen der Umsetzungsgrad reflektiert wird, Fragen und kritische Situationen gemeinsam besprochen werden. Fragen werden vom Trainer gesammelt und in der eingeloggten Runde besprochen und reflektiert.

Seite 88 von 90

HLH academy

Notizen

HLH academy

Webinare der HLH academy



flexibel



zukunftsorientiert



jederzeit abrufbar

Präsenzseminare der HLH academy



individuell



unkompliziert



kommunikativ

Bleiben Sie bestens informiert, mit dem NEWSLETTER der HLH academy.

www.hlh-academy.de/newsletter/newsletter-anmeldung

Schreiben Sie uns: Kontakt@HLH-academy.de