

Vertriebsprofi

Seminare – Beispiele



Selbsteinschätzung

Wenn „spiegeln“ ein Verkaufsprinzip ist, sollten Verkäuferinnen und Verkäufer sich selbst gut kennen. Sie sollten wissen, welchen Typ sie repräsentieren.

Wie unterstützt **GRUPPE DREI**?

- Selbsteinschätzungstrainings
- allgemein gängige Typologien
- Kundentypologien



Kundenprofil

In Sekunden Kunden einschätzen, genau jene Aspekte treffen, die ihn berühren – eine Kunst? Aus unserer Sicht eine erlernbare Kompetenz.

Wie unterstützt **GRUPPE DREI**?

- Grundlagen der Gehirnfunktion
- emotionale typgerechte Stimulanz
- multisensorischer Verkauf



Zielgruppen

Individualisierung heißt das Stichwort, gleichwohl kann man Sozialstatus, Geschlecht, Alter usw. bestimmten Gruppen zuordnen.

Wie unterstützt **GRUPPE DREI**?

- Zielgruppenanalyse und -definition
- Sehnsuchtsprofile
- Vertriebsmatrix auf Zielgruppenbasis

GRUPPE DREI®

Chancen für Branchen, Programme für die Zukunft!
Fordern Sie Ihren gedruckten Themenflyer an oder nutzen Sie unsere Download-Möglichkeit unter www.gruppedrei.com



Investitionsgütermarketing
Markenpositionierung
Unternehmenskommunikation
Handelsmarketing
Konsumentenpsychologie
POS / POP
Standortmarketing
Regionalmarketing
Budgetbeilegung
Destinationmarketing
Tourismusbewerbung
Management

GRUPPE DREI®

STRATEGIE

GRUPPE DREI®

STRATEGIE

GRUPPE DREI® GmbH

Robert-Bosch-Straße 9
D-78048 VS-Villingen

Telefon +49 (0) 7721 8421-0
Telefax +49 (0) 7721 8421-33

info@gruppedrei.com
www.gruppedrei.com

Hegau-Tower
Maggistraße 5
D-78224 Singen am Hohentwiel

Telefon +49 (0) 7731 1481-6600
Telefax +49 (0) 7731 1481-6603

bodensee@gruppedrei.com
www.gruppedrei.com



VERTRIEBSSCHULUNGEN
VERKAUFSSMINARE
PRESALES/AFTERSALES



Mitglied GWA



„Vertrieb und Verkauf bezeichnet nicht die Bereitstellung und Verteilung von Ware, sondern die Begegnung von Menschen.“

Prof. Alexander Doderer

Jeden Tag an der Front

Weiß Gott ein harter Job das – Vertrieb!

Wer morgens früh nicht den Eindruck hat, dass jemand vitaleres aus dem Spiegel herauschaut, als in ihn hineinschaut, der sollte sich eventuell nach einem anderen Job umschauen. Vertrieb ist hartes Brot!

Fachkompetenz, Sozialkompetenz und selbstverständlich Auftreten dürfen keinesfalls halbherzig daherkommen!

Selbstverständlichkeiten? Nein! Im Gegenteil!

Immer seltener finden sich Leute, die vertrieblisch denken können. Noch weniger sind es schließlich, wenn es darum geht, konstruktiv und abschlussorientiert Produkte an die Frau oder den Mann zu bringen. Eine Entwicklung, die sich in den kommenden Jahren verschärfen wird!

Mit „Vertrieb“ werden alle Entscheidungen und Systeme bezeichnet, die notwendig sind, um ein Produkt oder eine Dienstleistung für den Kunden oder Endverbraucher verfügbar zu machen.

Vertrieb und Verkauf

Es handelt sich um jenes Element des Marketing-Mix, das in älteren Lehrbüchern als „Distributionspolitik“ bezeichnet wurde. Nach heutigem Marketingverständnis spricht man von „Vertriebspolitik“, bei der die Umsetzung der Vertriebsstrategie und die effiziente Gestaltung des Vertriebsprozesses im Vordergrund stehen. Die verantwortlichen Personen im Vertrieb benötigen entsprechende Vertriebskompetenzen, die vor allem beim Investitionsgütermarketing bzw. bei der Vermarktung wissens- und technologieintensiver Produkte und Dienstleistungen von besonderer Bedeutung sind.

So liest man in Wikipedia. Die Wirklichkeit sieht meist so aus, dass Vertriebsleute verprovisioniert sind, Umsatz- bzw. Ertragsvorgaben haben und diese erreichen müssen, weil sie sich sonst nach einem neuen Betätigungsfeld umschauen sollten. Stress pur!

Mittlerweile ist die Innovationsdynamik in der Produktentwicklung allerdings so gewaltig, dass immer komplexere Produkte entstehen, die der klassische Vertrieb gar nicht mehr verkaufen kann. Zudem verfügen junge Vertriebsleute nicht ansatzweise über jene Sozialkompetenz, die heutzutage eigentlich gebraucht würde, um wirklich erfolgreich zu sein.

Lösungen

GRUPPE DREI bringt Vorsprung in Ihren Vertrieb.

- Vertriebsrelevante Erkenntnisse der modernen Hirnforschung
- Adaption dieser Erkenntnisse auf Ihre Vertriebsaktivitäten
- Gesellschaftlicher Wandel und dessen Niederschlag auf die Kundenpsychologie
- Kundentypologie und Selbstbild, die „Big Five“ in der praktischen Anwendung
- Markenkongruente Kundenbindungsmodule und deren systemischer Einsatz

Unsere Vertriebs-Seminare sind menschlich erbaulich und wirtschaftlich erfolgreich. Wir halten sie aus guten Gründen grundsätzlich außerhalb der jeweiligen Unternehmen ab.