

Verkaufsprofi

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



Vertriebschulungen
Verkaufsseminare
Presales / After-sales
Investitionsgütermarketing
Markenpositionierung
Unternehmenskommunikation
Standortmarketing
Regionmarketing
Bürgerbeteiligung
Destinationmarketing
Tourismuswerbung
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



HANDELSMARKETING
KONSUMENTENPSYCHOLOGIE
POS/POP



Mitglied GWA



Preis toppt nicht Wert

Verkaufen gehört in Deutschland zu den eher anrühigen Tätigkeiten: Verkäuferinnen und Verkäufer werden sicher nicht zur Elite gezählt und sie schuften tatsächlich oft für einen Minimallohn. Tatsächlich ist Verkaufen eine hohe Kunst und hat ein besseres Image verdient.

Da sind wir schon beim Stichwort: „Verdienen“. Dem deutschen Durchschnittskonsumenten ist gar nicht klar, warum Handel von Marge lebt. Umfragen belegen, dass es in Deutschland ein hohes Preisbewusstsein gibt, jedoch kaum ein Bewusstsein zu dem Wert einer Ware, einer Bedienung, einer Lagerhaltung, dem Unterhalt eines Ladengeschäfts, der Ladenmiete usw.

Auch für Verkäufer von Industrieprodukten ist die Preisnennung die kritischste Situation im Kundenkontakt.

Im Zusammenhang mit dem Verkaufsprozess spielen die Erkenntnisse der modernen Hirnforschung eine sehr wichtige Rolle. Sie sind gemeinhin den Verkäuferinnen und Verkäufern nicht bekannt. Selbst ambitionierte „alte Hasen“ arbeiten noch mit der Biostrukturanalyse und teilen ihre Kunden nach grünen, roten und blauen Typen ein. Schnee von gestern! Qualifiziertes Verkaufspersonal

Chancen und Risiken

steigert den Umsatz spontan und ist für unzählige Unternehmen enorm wichtig. Verkaufen ist ja nicht das Verteilen von Ware oder Dienstleistung. Verkaufen bedeutet, einen Menschen zu begeistern und zur Begehrlichkeit zu führen.

Ein Kunde, der etwas haben möchte, ist allemal der bessere Kunden, als jener, dem ich etwas aufdrängen muss.

Die Chancen sind groß! Presales, Point of Purchase, Aftersales, Upselling, Cross-Selling... ja, es gibt dafür auch deutsche Begriffe, aber die Disziplinen kommen eben nicht aus Deutschland.

Die Risiken für Verkäufer, einen Kunden zu verlieren, sind ebenfalls sehr groß: fehlende Empathie, mangelndes Interesse, unzulängliche Sozialkompetenz, falsche Körperhaltung, ungenügende Rhetorik, unfreundliche Mimik, Unkenntnis bezüglich des spezifischen Umgangs mit Kundentypen im Sinne der Sozialpsychologie usw.

Seminare und Trainings verbessern Verkaufserfolge ganz erheblich. Verkäuferinnen und Verkäufer werden sicherer und motivierter.

Lösungen

GRUPPE DREI bringt Vorsprung in Ihren Vertrieb.

- Strukturiertes Verkaufen an Kundentypen angepasst
- Sozialpsychologie als Basis erfolgreicher Kundenbegegnung
- Argumentationsketten, Einwandsbehandlung, Reklamationsgespräch als Verkaufschance
- Kundentypologie und Selbstbild, die „Big Five“ in der praktischen Anwendung
- After Sales Management, Customer Profiling und CRM

Unsere Verkaufs-Seminare sind menschlich erbaulich und wirtschaftlich erfolgreich. Wir halten sie aus guten Gründen außerhalb der jeweiligen Unternehmen ab, schulen teilweise aber auch konkret am Point of Sale / Point of Purchase.

Machen Sie mehr aus Ihren Verkäufern!