

Inhalte und Ziele des Impulsprogramms!

Gebietsanalyse

- Kundenklassifikation nach Kundenpotenzial und Kaufverhalten
- Aufwand- und Umsatzverteilung nach Kundenkategorien
- Absatzmittler und Multiplikatoren erkennen und wirkungsvoll nutzen
- Der Akquisitionsprozess

Bedeutung und Notwendigkeit der kontinuierlichen Akquisition

- Die 4 Phasen des Akquisitionsprozesses (Verkaufstrichter)
- Basisstrategien nach Kundenkategorien
- Wechselkunden zu Stammkunden entwickeln
- Kunden der Konkurrenz gewinnen
- Strategien der Objektbearbeitung und Devisierung
- Effiziente und wirkungsvolle Marktbearbeitungsaktivitäten
- Gestaltung des persönlichen Akquisitionsprozesses
- Einsatz und Nutzung von Informations- und Controllinginstrumenten

Erfolgreiche Gesprächsführung

- Nutzung von Aufhängern und Interessensweckern
- Trotz Einwänden zum Termin
- Systematik der Gesprächsführung
- Gezielte Vor- und Nachbereitung
- Training von anspruchsvollen Gesprächssituationen
- Zeit- und Selbstmanagement

Die Erfolgsformel Q2F

- Pareto-Regel und Eisenhower-Prinzip
- Wie kann die verkaufsaktive Zeit erhöht werden
- Optimierung der Besuchs- und Wochenplanung
- Akquisitionserfolg beginnt im Kopf: Von der Pflicht zur Kür
- Instrumente zur persönlichen Zielplanung und -erreichung

MEIERHOFER UND PARTNER