

# Milz & Comp. Akademie

Die perfekten Werkzeuge für  
Vertrieb, Strategie und Führung.



Programm 2020

# Inhaltsverzeichnis

Alle Tools auf einen Blick.....	4-5
Die SALESTOOLBOX® .....	6-7
Vorstellung Milz & Comp.....	8-33
Box 01: Strategie.....	34-53
Box 02: Führung.....	54-79
Box 03: Neukundenakquise .....	80-97
Box 04: Kundenbeziehungsmanagement.....	98-107
Box 05: Anfragemanagement & Angebotsverfolgung.....	108-117
Box 06: Verhandlung & Verkauf.....	118-135
Zertifikatslehrgänge .....	136-141
Referenzen .....	142-143
Kundenstimmen .....	144-145
Allgemeine Buchungsbedingungen .....	146-147
Notizen .....	148

# SALES TOOLBOX

by Milz & Comp.

Hier ist mehr für Sie drin:

## BOX 01: Strategie

1.1	Werkzeuge zur Markt- und Wettbewerbsanalyse	36
1.2	Strategieprozesse erfolgreich implementieren und umsetzen	37
1.3	Visionsentwicklung und Aufbau erfolgreicher Geschäftsmodelle mit der Braunsfelder Methode	39
1.4	Vertriebs- und Wachstumsstrategien	40
1.5	Pricing-Strategien im B2B-Vertrieb	41
1.6	Marktbearbeitungsstrategien entwickeln	42
1.7	Internationalisieren mit Strategie	43
1.8	Effizientes Projektmanagement	44
1.9	Vertrieboptimierung für Führungskräfte	45
1.10	Innovationsmanagement in der Praxis	46
1.11	Neuproduktentwicklung leicht gemacht	47
1.12	Erfolgreicher mit Marketing- und Vertriebscontrolling	48
1.13	Kennzahlen im Vertrieb	50
1.14	CRM-Tools	51

## BOX 02: Führung

2.1	Erfolgreiche Personalakquise im Mittelstand	56
2.2	Bewerberinterviews als Schlüsselerlebnis	57
2.3	Talente überzeugen – nicht kaufen!	58
2.4	Teambuilding als Führungsaufgabe	59

2.5	Vom Mitarbeiter zur Führungskraft	60
2.6	Mitarbeiterführung und Coaching	61
2.7	Motivation & Mindset – auf die Chefs kommt es an	63
2.8	Zeit- und Selbstmanagement für Mitarbeiter	64
2.9	Zeit- und Selbstmanagement für Führungskräfte	65
2.10	Vertriebssteuerung in digitalen Zeiten	66
2.11	Burnout-Prävention	67
2.12	Die „Dritte Lebensphase“ als Führungsaufgabe	68
2.13	Führungskommunikation im Vertrieb	70
2.14	Cultural Awareness – International erfolgreich	71
2.15	Trennungsmanagement – Chance für Mitarbeiterbindung	72
2.16	Organisationsentwicklung & Change-Management	74
2.17	Kommunikation mit dem Betriebsrat	75
2.18	Business Knigge	77

## BOX 03: Neukundenakquise

3.1	Marktforschung im Mittelstand	82
3.2	Kommunikationsmanagement als Wert- und Absatztreiber	83
3.3	Unternehmensimage und -identität	84
3.4	Produkt- und Markenmanagement	85
3.5	Erfolgreich werben	86
3.6	Geheimnisse des Online-Marketings	87

Alle Tools auf einen Blick.

**Früh buchen lohnt sich**

Buchen Sie früh Ihr Seminar und sparen Sie bis zu € 390,-

3.7	Social Media optimal nutzen	88
3.8	Sales Automation	89
3.9	Crashkurs professionelle Pressearbeit	90
3.10	Ihr perfekter Messeauftritt	91
3.11	Potenzialkunden finden	92
3.12	Neue A-Kunden gewinnen	93
3.13	Fit für die Telefonakquise	94
3.14	Erfolgsfaktoren im internationalen Vertrieb	95

## BOX 04: Kundenbeziehungsmanagement

4.1	Kundenbeziehungsmanagement	100
4.2	Erfolgreiches Key Account Management	101
4.3	Aktives Empfehlungsmarketing	102
4.4	Professioneller Umgang mit Kunden am Telefon	103
4.5	Beschwerdemanagement	104
4.6	Umgang mit schwierigen Kunden	105

## BOX 05: Anfragemanagement und Angebotsverfolgung

5.1	Anfragen erfolgreich zu Aufträgen machen	110
5.2	Ausschreibungen gewinnen	111
5.3	Fesselnde Angebotspräsentationen und Verkaufsgespräche	112

5.4	Angebotsverfolgung	113
5.5	Professionell an Telefonzentrale und Empfang	114
5.6	Innen- und Außendienst als erfolgreiches Team	115

## BOX 06: Verhandlung und Verkauf

6.1	Verkaufserfolge mit der IMPAKT-Methode	120
6.2	Souverän in Präsentation und Moderation	121
6.3	Einwand-frei verkaufen	122
6.4	Effektive Gesprächsführung	123
6.5	Entscheider und Gremien überzeugen	124
6.6	Storytelling	125
6.7	Preisverhandlungskompetenz	127
6.8	Preiserhöhungen durchsetzen	128
6.9	Verhandlungstechniken	129
6.10	Kommunikations- und Vertriebstraining für Servicetechniker	131
6.11	Emotionale Intelligenz im Verkauf	132
6.12	Authentisches Verkaufen für Innen- und Außendienst	133
6.13	Verkaufsaktiver Innendienst	134
6.14	Der professionelle Einkauf	135

# SALESTOOLBOX

by Milz & Comp.



Randvoll mit den perfekten Werkzeugen für Vertrieb, Strategie und Führung

Unsere innovative SALESTOOLBOX® umfasst eine enorme Vielfalt von Themen, die Sie im Verkaufs- und Vertriebsalltag weiterbringen. Wählen Sie aus über 70 praxisorientierten Tools genau diejenigen aus, die in Ihre Unternehmensstrukturen passen. Natürlich stehen wir Ihnen bei der Analyse Ihres persönlichen Bedarfs und bei der gezielten Auswahl der Tools jederzeit gerne beratend zur Seite.

Ob in den Bereichen Vertrieb, Strategie und Führung: Mit unseren professionellen, zukunftsorientierten und in höchstem Maße individuell einsetzbaren Werkzeugen erzielen Sie immer die besten Ergebnisse.

Dafür stehen wir mit unserem guten Namen: Milz & Comp. ist ein sorgfältig ausgewähltes und qualitätsgesichertes Trainer-Team unter der Leitung des renommierten Vertriebsexperten Markus Milz.



# Drei starke Säulen für Ihren Erfolg

Spezialisiert auf Vertrieb, Strategie und Führung ruht die Arbeit von Milz & Comp. auf den drei starken Säulen Beratung, Akademie und Netzwerk. Im Zentrum unserer Expertise stehen dabei die hohe Qualität unseres Consultings und eine zukunftsweisende Akademie für Ihre Vertrieboptimierung. In enger Zusammenarbeit mit führenden Hochschulen verbinden wir bewährte Management-Methoden mit aktuellen wissenschaftlichen Trends für Ihren Erfolg. Individuell zugeschnittene Coaching-Angebote und zielorientierte Unterstützung beim Umsetzen strategischer Maßnahmen runden unser Leistungsspektrum umfassend ab. Und wenn Sie noch mehr wollen: Treten Sie einem unserer einzigartigen Netzwerke bei.



## Milz & Comp. Beratung

Als Berater verstehen wir Ihr Unternehmen als ganzheitlichen Organismus, der innovative Produkte und begeisternde Dienstleistungen anbieten will. Basierend darauf analysieren wir Ihren Status quo, Ihre Bedürfnisse und Herausforderungen und konzipieren einen Prozess, der Ihre ambitionierten Ziele in intelligente Etappen und motivierende Meilensteine übersetzt. Mit unserer innovativen SALESTOOLBOX®, die alle Werkzeuge für Vertrieb, Strategie und Führung enthält, begleiten wir Sie auf dem Weg zum Erfolg.



## Milz & Comp. Akademie

An unserer Milz & Comp. Akademie vermitteln wir jedes Wissen und alle Fertigkeiten, die Unternehmen benötigen, um in umkämpften Märkten die Marktführerschaft übernehmen zu können. Von klassischen Trainings für den Verkauf über Seminare zu Kundengewinnung und Kundenbeziehungsmanagement bis hin zu Management-Workshops zur Entwicklung einer umfassenden Vision oder einer durchschlagenden Erfolgsstrategie – unsere Akademie lässt keine Themen aus und keine Fragen offen.



## Milz & Comp. Netzwerk

Sie haben einen starken Namen und Ihre Geschäfte laufen? Sie suchen Impulse, um Ihren Erfolg zu steigern und den Markt anzuführen? Was ist da hilfreicher als der Schulterchluss mit anderen Spitzenunternehmen – ein nach innen offener und nach außen verschwiegener Austausch auf Augenhöhe. Was machen andere anders oder besser? Welche Best Practices und Worst Cases prägen sie? In unseren Netzwerken finden Sie wertvolles Know-how, spannende Ideen und einen Zusammenschluss der Besten zum Wohl der Gemeinschaft.



## Im Verbund: Die Besten unter sich

Der Erfahrungsaustausch der Milz & Comp. führt starke Unternehmensvertreter zu einem einzigartigen Netzwerk zusammen, das weit mehr ist als eine lose Verbindung Gleichgesinnter. Wir arbeiten mit Ihnen und Sie miteinander an Themen und Herausforderungen, die allen Teilnehmern auf den Nägeln brennen.

Bei vier Treffen pro Jahr, die wechselnd an verschiedenen Standorten der Unternehmen stattfinden, tauschen sich die Teilnehmer intensiv aus. Im geschützten Raum des exklusiven Kreises berichten sie von ihren Best Practices und innovativen Ideen ebenso wie von den Herausforderungen, vor denen ihre Unternehmen und ihre Branchen aktuell stehen. Der Geist und die Praxis unserer Verbundprojekte gewährleisten einen branchenübergreifenden Know-how-Transfer und

hohe Synergie-Effekte für jedes beteiligte Unternehmen. Der Ausschluss direkter Mitbewerber erlaubt offene Worte ohne Kartellbeschränkungen und stellt die Geheimhaltung sensibler Unternehmensdaten jederzeit sicher.

Profitieren Sie von den Ideen und der Lösungskompetenz anderer erfolgreicher Unternehmen – auf der Basis solidarischer Gegenseitigkeit und gleicher Augenhöhe, gestützt auf unsere Expertise und immer moderiert von unseren Besten. In unseren Verbundprojekten schmieden Sie nicht nur Pläne, sondern manchmal auch Allianzen, die Ihnen im schnelllebigen Tagesgeschäft dauerhafte Vorteile bringen. Nach 12 intensiven Monaten ist jedes teilnehmende Unternehmen eingeladen, dem erweiterten Mittelstandsnetzwerk von Milz & Comp. beizutreten.



# Vorträge für Vorsprung. Keynotes von Markus Milz.

Inhaltsstark und informationsgetrieben, gestützt auf die innovative SALESTOOLBOX®, mit feinem Humor und didaktischem Aufbau, regen die spannenden Vorträge von Markus Milz zum Weiterdenken und Umsetzen an. Souveräner Auftritt, überzeugender Vortrag und herausragender Input: Markus Milz sagt, was Sache ist. Wählen Sie aus den folgenden Themen:

1. Bauch oder Kopf? Chaka-Chaka oder System? Was brauchts zum erfolgreichen Verkauf?
2. Niemand braucht „sprechende Produktkataloge“ – genannt „Verkäufer“. Der Vertrieb ist tot – es lebe der Vertrieb!
3. Pricing – es gibt immer einen der es billiger macht!
4. Deutschland verschläft seine Zukunft. Wer schnarcht am Lautesten?

Mehr Infos finden Sie auf  
[www.markusmilz.de](http://www.markusmilz.de)



Über 20 Jahre Praxiserfahrung.  
Über 30.000 erfolgreich geschulte  
Vertriebsmitarbeiter.

#### Die Mehrwerte von Milz & Comp.

- + Enorme Wahlmöglichkeit aus mehr als 60 verschiedenen Vertriebs-Tools
- + Erfahrenes und qualitätsgesichertes internationales Trainer-Team
- + Systematische Schulung von Vertriebs-Teams
- + Maßgeschneiderte Trainingsangebote für individuelle Unternehmensziele
- + Starke Praxis-Trainings von Vertrieblern für Vertriebler
- + Bewährte Seminarpakete (ein Paket = 4 - 8 Vertriebs-Seminare) und Zertifikatslehrgänge
- + Innovatives Verbundprojekt „Strategie und Vertrieb“ für mittelständische Unternehmen
- + Moderierter Erfahrungsaustausch für Vertriebs-Professionalisierung und Umsatzsteigerung
- + Ganzheitliches Angebot mit Seminaren, Coachings, Beratung und Umsetzung
- + Optionale Nutzung von Fördermitteln (z.B. Bildungsscheck)
- + Coaching / Training-on-the-job
- + Shadowing / Mitfahrstudien

Milz & Comp. – Ihre Spezialisten für

**Vertrieb  
& Verkauf**

**Seminare  
& Workshops**

**Coaching  
& Training**



# Praxistaugliche Weiterbildung – wissenschaftlich fundiert.



*Die SRH Hochschule Heidelberg setzt als eine der ältesten und bundesweit größten privaten Hochschulen Maßstäbe im Bereich Bildung.*



## Milz & Comp. kooperiert eng mit der SRH Hochschule Heidelberg

Die Werkzeuge unserer Akademie dienen einem klaren Zweck: Ihren vertrieblichen Erfolgen im Verkaufsalldag. Grund genug unsere Vorgehensweise und Seminarinhalte regelmäßig auf den Prüfstand zu stellen. Denn gerade in Zeiten der digitalen Revolution heißt die Antwort auf steigende Herausforderung: Qualifizierung. Eine stetige Weiterentwicklung der persönlichen Kompetenzen im Vertrieb wird zu einer Notwendigkeit, um erfolgreich am Markt agieren zu können. Dies gilt für Unternehmen wie Einzelpersonen gleichermaßen.

Unser praxisorientiertes Weiterbildungsprogramm wird durch die exklusive Zusammenarbeit mit einer der ältesten und renommiertesten privaten Hochschulen in Deutschland, der SRH Hochschule Heidelberg weiter gestärkt. Milz & Comp. und die Fakultät für Wirtschaft der SRH Hochschule Heidelberg wollen mit ihrer Kooperation ein praxisorientiertes Kompetenzangebot

für Qualifizierung im Bereich Vertrieb schaffen, das von der fundamentalen Hochschulausbildung eines MBA Studiums bis hin zum operativen Verkaufstraining die Handlungsbedarfe von Unternehmen für eine erfolgreiche Marktbearbeitung ganzheitlich aufnimmt.

Im regen Austausch mit Wissenschaft und Hochschulen arbeiten wir am Puls der Zeit und garantieren so die zeitgemäße und aktuelle Qualität unsere Beratungs- und Trainingsleistungen. Gemeinsam mit der SRH Hochschule Heidelberg sorgen wir für die enge Verzahnung von theoretischem Wissen und der Praxis. In Veranstaltung und dem fließenden Übergang von betriebswirtschaftlichen, vertriebsstrategischem Studium, wie z.B. dem MBA Sales Management und Seminaren für Vertriebler bieten wir das passende Weiterbildungskonzept für jeden Anspruch und den passenden akademischen Partner.



Platz 1  
amazon  
Bestseller  
Vertrieb

„Milz gilt zu Recht als einer der gefragtesten Experten in der deutschen Vertriebslandschaft“

managerSeminare

„Dieses Buch für die Praxis ist eine gut geschriebene und vorzügliche Darstellung von Vertriebsprozessen. Es zeigt Wege auf, den gesamten Vertrieb anhand konkreter Handlungsempfehlungen effizient auszurichten“

management Journal

„Milz führt vor, wie auch im Vertrieb ein professioneller, kontinuierlicher Verbesserungsprozess eingeführt werden kann. Ein Handbuch für besseren Verkauf“

Berufebilder

## Die Strategie für maximale Vertriebseffizienz

**Wie kann der Vertrieb in einem Unternehmen ebenso prozessstark und steuerbar gemacht werden wie die Produktion?**

Das gelingt nur, wenn all seine Kernprozesse vollständig in Sollprozesse überführt und deren Etappen auf konkrete Handlungen und Ziele heruntergebrochen werden. Erfahren Sie hier, wie ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess erstmals auch im Vertrieb möglich wird und wie Sie dadurch Ihr gesamtes Unternehmen in einen einzigartigen Organismus verwandeln, dessen Handeln über alle Abteilungen hinweg wie aus einem Guss erfolgt. Dieses einzigartige Buch betrachtet den gesamten Vertrieb in all seinen Prozessen und präsentiert konkrete Handlungsvorschläge, dank derer er wirklich effizient und zukunftsicher aufgestellt werden kann.

# Unsere SALESTOOLBOX®: Auch in Buchform ein voller Erfolg.

Die Inhalte unserer SALESTOOLBOX® können Sie auch nachlesen: In Markus Milz' 2013 erschienenem Buch „Vertriebspraxis Mittelstand. Leitfaden für systematisches Verkaufen“.

Die Experten, die die Qualität des Leitfadens beurteilt haben, sind genauso begeistert wie die Seminarteilnehmer. Lesen Sie selbst.

## managerSeminare

„(...) Mithilfe der SALESTOOLBOX®, einem Instrument zur Messung und Bewertung spezifischer Bereiche und Prozesse, analysiert und optimiert der Leser in zehn Schritten die Effizienz und Effektivität der eigenen Vertriebsprozesse und Vertriebsstrukturen. Dabei werden alle Bereiche des Vertriebs von der Strategiefindung über Marketing und aktiven Verkauf bis hin zu Vertriebsstrukturen, Controlling und Vertriebsprozessoptimierung beleuchtet. Zahlreiche Fallbeispiele, Checklisten und Praxistipps zeigen systematisch auf, was bei der Vertriebsoptimierung beachtet werden sollte. Ergänzend können auf der Website des Autors verschiedene Dateien aus der SALESTOOLBOX® heruntergeladen werden, die direkt als Vorlagen einsetzbar sind.“

## Sales Management Review

„Die strukturierte Aufteilung des Buches in Checklisten und die sich Schritt für Schritt erweiternden Fragen, deren Beantwortung die Qualität der Leistungsfähigkeit jeder Box ausmachen, sind gute Arbeitshilfen. Damit können nicht nur Optimierungspotenziale erkannt, sondern auch die eigene Leistungsfähigkeit und Positionierung überprüft werden. Auf jeden Fall kann die Checkliste die „offenen Baustellen“ im Unternehmen aufzeigen helfen. Praxisbeispiele machen zudem deutlich, worauf es bei der Vertriebsoptimierung ankommt. (...) Mit anderen Worten: Es werden Potenziale zur Vertriebsoptimierung aufgezeigt, die Optimierung selbst fängt nach dem Buch an.“

## Prof. Dr. Ove Jensen | Lehrstuhl für Vertriebsmanagement und Business-to-Business Marketing

„Das Buch schafft es tatsächlich, Breite der Themenabdeckung und konkrete Empfehlungen zu verbinden. Genau das nehmen Sie sich ja im Vorwort vor.

- An den konkreten Tipps sieht man, dass Sie als Berater und Trainer täglich Vertriebsmitarbeitern bei ihrer Arbeit helfen.
- Es gibt einen übergreifenden konzeptionellen Bezugsrahmen von der Vision bis zum Kundenbeziehungsmanagement, in den die Themen des Buches eingeordnet werden.
- Es gibt zahlreiche Links zu Informationsquellen – das Internet wird im Buch zum Instrument gemacht und nicht ignoriert.
- Die Literaturempfehlungen zum Weiterlesen umfassen neben deutschen auch englische Werke.
- Immer wieder finden sich Praxistipps, Tools und Checklisten im Buch, die von dem Geist getragen sind, dem Leser einen echten Mehrwert zu bieten.

Das, was Sie sich vorgenommen haben, nämlich ein Buch zu schreiben, das anspruchsvoller als ein Trainerbuch ist, kompakter als ein akademisches Lehrbuch, und umfassender als Leitfaden- und Checklistenansammlungen, gelingt Ihnen ganz hervorragend.“





## Ein starkes Team: Unsere Trainer, Coaches und Referenten.

Die Auswahl unserer Trainer, Coaches und Referenten ist für uns von elementarer Bedeutung. Denn wir wissen: die Qualität unserer Trainer ist entscheidend für den Erfolg Ihres Seminars – und dafür, dass Ihre Vertriebsmannschaft mit Elan, neuen Werkzeugen und Fähigkeiten Ihre Produkte und Dienstleistungen verkauft.

Deshalb setzen wir nur Coaches ein, die einen intensiven Auswahlprozess durchlaufen haben. Nach einer sorgfältigen Auswahl in unserem Trainer-Assessment-Center folgt eine intensive Theorieausbildung. Erst dann werden sie Assistenz-Trainer gemeinsam mit erfahrenen Seminarleitern auf die ersten Milz & Comp.-Einsätze vermittelt. Auch langjährige Vertriebsexperten erlernen so die notwendige didaktische Methodenkompetenz, um erfolgreich als Trainer zu agieren.

Ein Prozess, der über unser Mentoren-Programm für Senior-Trainer nie endet.

Wir verstehen, dass Vertriebswerkzeuge an ihrem praktischen Nutzen und ihrer Umsetzbarkeit gemessen werden. Und wir wissen, dass neue Tools und Fachwissen nicht in Vorträgen erlernt werden – sondern durch Übungen, Fallstudien, Rollenspiele und aktivem Training on the Job.

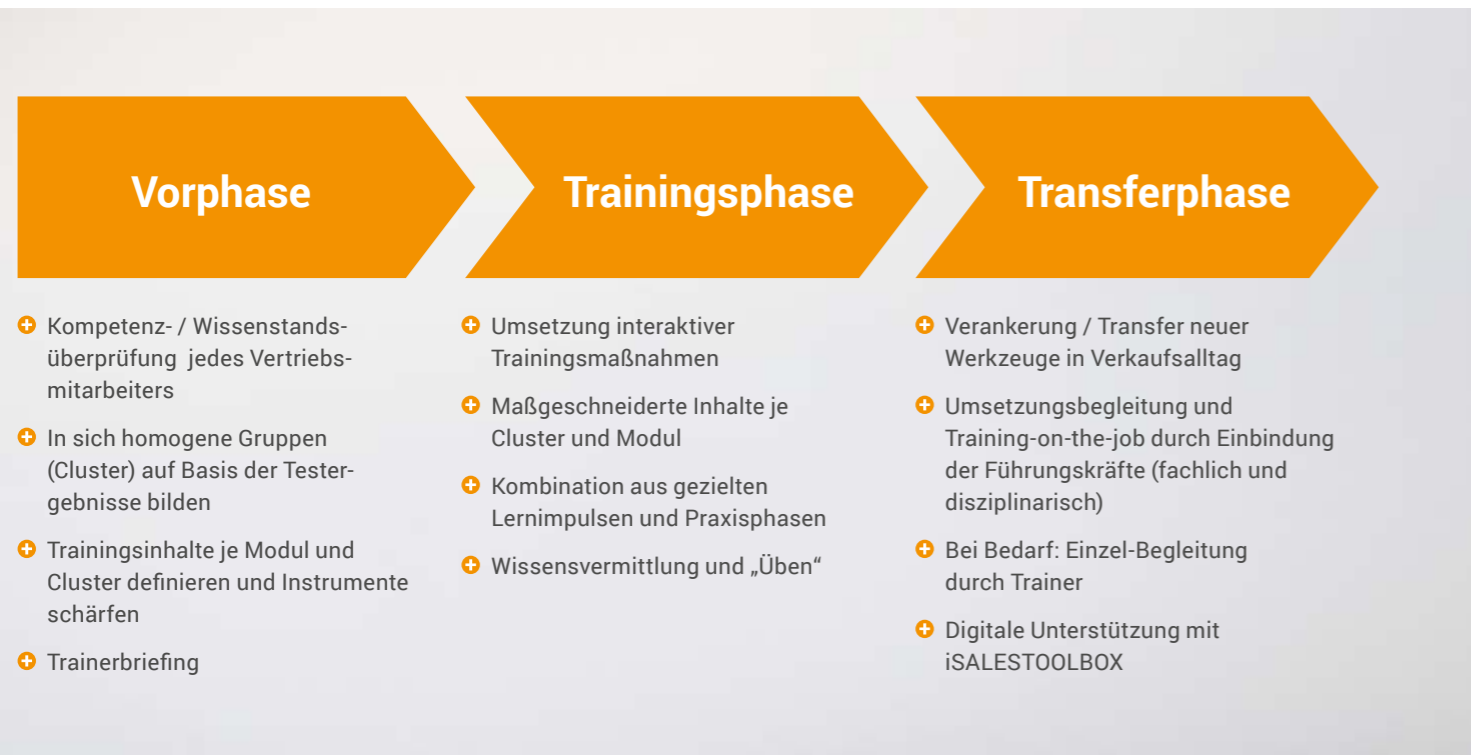
Unsere Qualitätskontrolle: Alle Trainer & Coaches werden nach jedem Schultag von jedem Seminarteilnehmer bewertet. Dabei müssen all unsere Trainer stets mindestens die Note „2“ erzielen.

Mit Erfolg, der sich sehen lassen kann.



# Unser Vorgehen

Grundsätzlich empfehlen wir ein Vorgehen in drei Phasen. In der Vorphase werden individuelle Entwicklungsbedarfe und –potenziale auf Mitarbeiter- oder Teamebene identifiziert und möglichst homogene Gruppen hinsichtlich „Können“ und „Wollen“ für die darauffolgende Trainingsphase gebildet. In der letzten Phase – der Transferphase – werden erlernte Techniken und Methoden nachhaltig im Arbeitsalltag Ihrer Organisation verankert. Gerne beraten wir Sie bei der Planung und Umsetzung Ihrer Trainingsmaßnahmen.



## Vorphase

Erfolgreiche Trainings haben eines gemeinsam – sie setzen am Kenntnisstand der Gruppe und des einzelnen Teilnehmers an. Die intelligente Bedarfsanalyse einer Vorphase deckt konsequent die Lücke zwischen den notwendigen und dem vorhandenen Skills auf. Gleichzeitig müssen sich klare Handlungsempfehlungen ableiten lassen, welche Methoden und Trainingsinhalte die richtigen sind, um die geplanten Unternehmens-, Vertriebs- oder Mitarbeiterziele zu erreichen. Mit unserem Kompetenzprofil setzt Milz & Comp. auf einen am Markt einzigartigen Fachkompetenztest. Gemeinsam entwickelt von Vertriebsexperten, Psychologen und Weiterbildungsprofis ermitteln wir ein belastbares Bild der persönlichen Vertriebs- / Führungskompetenz. Mit einer durchdachten und sorgfältig durchgeführten Vorphase sind wir in der Lage, homogene Lerngruppen zu bilden und unsere Trainingspläne und Inhalte an dem individuellen Lernbedarf der Teilnehmer zu orientieren. So stellen wir sicher, dass Ihre Trainingsinvestition nachhaltig ist. Damit Sie und Ihre Mitarbeiter die richtigen Methoden erlernen, mit denen Sie am Markt spürbare und margenstarke Absatzsteigerungen erzielen können.

### Nutzen

- + Identifikation von **Entwicklungspotenzial**
- + **Homogene Trainingsgruppen** mit vergleichbarem Leistungsstand
- + **Passgenaue Trainings-Konzepte** für jede Gruppe

## Trainingsphase

Aus unserer über 20-jährigen Erfahrung in puncto Training und Coaching, belegt durch unzählige empirische Studien, setzen wir heute auf einen intelligenten Mix aus analogen und digitalen Tools und Medien in Vorbereitung und Durchführung um Wissen zu vermitteln, zu trainieren und geänderte Verhaltensweisen zu ermöglichen. Nach wie vor halten wir das Gespräch und die Interaktion mit realen Menschen in Präsenztrainings und -coachings für unverzichtbar. In den Präsenztrainings arbeiten wir mit den Teilnehmern anhand realer Situationen aus Ihrem Berufsalltag

absolut praxisorientiert. Alle erlernten Ansätze werden durch praktische Übungen nachhaltig verankert. Unsere Seminarleiter und Trainer verfügen über mindestens 5 Jahre Berufserfahrung in ihrem Bereich und begeistern durch ein sehr hohes Qualitätsniveau. Wo immer es sinnvoll und möglich erscheint setzen wir indes durchaus auf digitale Tools, um einerseits Wissensvermittlung zu erleichtern, nachzuschlagen und insbesondere nachhaltig in den Köpfen der Menschen zu verankern.

### Nutzen

- + Wissenszugewinne, **Aufbau Know-how** und Tool- / Methoden**kompetenz**
- + **Erhöhung der Motivation** im Vertriebsalltag durch neue Impulse

## Transferphase

Während in der Trainingsphase bewusste Kompetenz aufgebaut wird, gilt es in der Transferphase das Erlernte in unbewusste, d.h. intuitive Kompetenz zu überführen. Erfahrungsgemäß beginnt der Kampf mit der Vergessenskurve bereits am Tag nach dem (letzten) Training. In der Transferphase setzen wir auf weitere Impulse, um die Teilnehmer anzuregen erlernte Methoden und Tools anzuwenden und diese automatisch und intuitiv im Vertriebsalltag einzusetzen. Neben dokumentierten (guten) Vorsätzen, verbindlichen diesbezüglichen Vereinbarungen mit den jeweiligen Führungskräften, Tandem- und Lerngruppen empfehlen wir auch in regelmäßigen Abständen Reviews durch unsere Trainer durchzuführen, um Lerninhalte zu wiederholen, Erfahrungen oder idealerweise „Erfolgsgeschichten“ auszutauschen, evtl. Blockaden aufzulösen und weitere Impulse zu geben um das Wissen nachhaltig in den Köpfen zu verankern und langfristige Vertriebsfolge sicherzustellen.

### Nutzen

- + Dauerhafte Verhaltensänderung
- + Konstantes, **höheres Kompetenzniveau** der Verkaufsmannschaft
- + **Vertriebsfolge**



## Der richtige Ausgangspunkt: Intelligente Bedarfsanalysen

Erfolgreiche Trainings haben eines gemeinsam – sie setzen am Kenntnisstand der Gruppe und des einzelnen Teilnehmers an. Eine intelligente Bedarfsanalyse deckt konsequent die Lücke zwischen den notwendigen und den vorhandenen Skills auf. Gleichzeitig müssen sich klare Handlungsempfehlungen ableiten lassen, welche Methoden und Trainingsinhalte die richtigen sind, um die geplanten Unternehmens-, Vertriebs- oder Mitarbeiterziele zu erreichen.

Mit dem SALESTOOLBOX®-Kompetenzprofil setzt Milz & Comp. auf einen am Markt einzigartigen Fachkompetenztest. Gemeinsam entwickelt von Vertriebsexperten, Psychologen und Weiterbildungsprofis ermitteln wir ein belastbares Bild der persönlichen Vertriebs-/Führungskompetenz. Dank dieser durchdachten und sorgfältig durchgeführten Bedarfsanalysen sind wir stets in der Lage, homogene Lerngruppen zu bilden und unsere Trainingspläne & Inhalte an dem individuellen Lernbedarf der Teilnehmer zu orientieren.

So stellen wir sicher, dass Ihre Trainingsinvestition nachhaltig ist. Damit Sie und Ihre Mitarbeiter die richtigen Methoden erlernen, mit denen Sie am Markt spürbare und margenstarke Absatzsteigerungen erzielen können.

# Unsere Akademie- und Trainingsformate

Wäre die Welt eine perfekte und alle Menschen zu 100% intrinsisch motiviert und begierig alles ihnen mögliche zu tun, um neues Wissen zu erlernen und zu perfektionieren, wäre die Idee einer einzigen Methode der Wissensvermittlung perfekt. Da aber sowohl unsere fast 20-jährige Erfahrung in puncto Training und Coaching, als auch unzählige empirische Studien ein anderes Bild zeichnen, setzen wir heute auf einen intelligenten Mix aus analogen und digitalen Tools in Vorbereitung, (Präsenz-)Trainings und Transfer, um Wissen zu vermitteln, zu trainieren und geänderte Verhaltensweisen zu ermöglichen. Bei der Zusammenstellung des optimalen Mix für Ihr Unternehmen unterstützen wir Sie gerne.

## Offene Seminare

Offen für Alle – Nutzen für Jeden!

## Inhouse Seminare

Ihre eigene Akademie – gezielt auf die Entwicklung Ihrer Organisation zugeschnitten!

## Shadowing

Begleiten, beobachten und direktes Feedback im Tagesgeschäft!

## Coaching

Individuelle Unterstützung beim Erreichen Ihrer persönlichen Ziele!

## E-Learning

Sinnvolle und hilfreiche digitale Lernformate für effiziente Weiterbildung!

## Offene Seminare

Unsere spannenden und praxisorientierten offenen Seminare mit Teilnehmern mehrerer Unternehmen beinhalten neben der gezielten Schulung zu spezifischen Themen auch den wertvollen Erfahrungsaustausch aus unterschiedlichen Perspektiven und branchenübergreifenden Lösungsansätzen.

Profitieren Sie von unserem Know-how und den vielfältigen Erfahrungen der anderen Teilnehmer. Unsere Praxis-Trainings mit maximal 12 Teilnehmern überzeugen durch effiziente und sofort umsetzbare Inputs unserer qualifizierten Trainer, interaktiven Charakter mit hohem Übungsanteil und strukturiertem Erfahrungsaustausch mit Reflexion und Diskussion.

## Inhouse Seminare

Unsere unternehmensinternen Akademien werden passgenau auf die Anforderungen Ihrer Mitarbeiter und Ihres Unternehmens zugeschnitten. Sie profitieren von Inhalten die besondere Branchenspezifika, Ihr Produkt- und Leistungsportfolio, Ihre Kundenstruktur, Wettbewerbsposition und Unternehmenseigenschaften sowie die Vorkenntnisse Ihrer Mitarbeiter berücksichtigen.

Gemeinsam mit Ihnen wählen wir Trainingsinhalte und -intervalle, sowie die richtigen Lernformate für Ihre Organisation aus: Blended Learning by Milz & Comp. In den Präsenztrainings arbeiten wir mit den Teilnehmern anhand realer Situationen aus Ihrem Berufsalltag absolut praxisorientiert. Alle erlernten Ansätze werden durch praktischen Übungen nachhaltig verankert. Unsere Seminarleiter und Trainer verfügen über mindestens 5 Jahre Berufserfahrung in ihrem Bereich und begeistern durch ein sehr hohes Qualitätsniveau.

Die Inhalte der Seminare bzw. Seminarreihen stellen wir mit unseren Kunden gemeinsam z.B. im Rahmen einer Vorphase zusammen. Unsere Leistungen im Bereich Inhouse-Seminare / interner Akademien beinhalten neben der Durchführung der Vor-, Trainings- und Transferphasen u.a.

- Terminkoordination Ihrer Mitarbeiter
- Reiseplanung
- Suche und Auswahl geeigneter Trainingslocations
- Organisation des Begleit- oder Abendprogramms

## Shadowing

Im vertraulichen 1:1 begleiteten unsere Coaches Ihren Vertrieb und geben sofortiges Feedback. Das Format eignet sich sowohl für die Vorphase, um individuelle Stärken und Schwächen aufzudecken, als auch in der Trainings- und Transferphase um Erlerntes zu üben oder die Anwendung erlernter Tools und Methoden sicherzustellen. Effektiver kann man nicht lernen. Beispiel für Situationen, die wir beobachtend begleiten wären z.B.

- Terminvorbereitung
- Kundenbesuchstermine
- Besucheransprache auf Messen
- Akquise am Telefon (Outbound)
- Anfragen und Reklamationen am Telefon (Inbound)

## Coaching

Von außen geforderte oder von innen getriebene Veränderung führen zu komplexen Fragen, Problemen und Herausforderungen im Kontext von Wirtschaft und Beruf, denen sich Führungskräfte und Mitarbeiter stellen müssen. Im Coaching besteht die Möglichkeit diese beruflichen und persönlichen Herausforderungen bzw. Problemfelder klärend zu bearbeiten. Wir unterstützen mit Einzelcoachings für Führungskräfte aber auch mit abgestimmten Teamcoachings in intensiven Prozessen dabei, gewünschte Veränderungen und / oder persönliche Ziele erfolgreich anzugehen. Typische Themenfelder dabei sind:

- Coaching von Führungskräften bei konkreten Themenstellungen
- Methoden- und interventionsbasierte Unterstützung bei der Bewältigung beruflicher Herausforderungen, in Krisen-, Konflikt- oder Entscheidungssituationen
- Zielorientiertes Vorgehen bei der Analyse von Problemen, dem Erkennen von Optionen und dem Treffen von Entscheidungen
- Förderung des Erkennens und Ausbaus der eigenen Ressourcen und
- Fähigkeiten bzw. der Auflösung von Blockaden und mentalen Barrieren

## E-Learning

An jedem beliebigen Ort und ohne Reiseaufwand zu jeder Zeit in beliebiger Intensität neues Wissen in sich aufzunehmen – die Vorteile klingen verlockend! Aus unserer Erfahrung halten wir den Dialog und die Interaktion mit realen Menschen in Präsenztrainings und -coachings für unverzichtbar. Aber wo immer es sinnvoll und möglich erscheint setzen wir indes durchaus auf digitale Tools, um die Wissensvermittlung zu erleichtern. Seit einiger Zeit bieten wir mit der iSALESTOOLBOX auch ein App an, in der erlernte Tools und Methoden, „digital“ nachgeschlagen, erklärt und mit Beispielen hinterlegt nachhaltig in den Köpfen verankert werden können. Die gesamte Auswahl von uns verwendeter Medien beinhaltet:

- iSALESTOOLBOX-App
- Webinare
- Lernvideos
- Online Tutorials
- Quiz-Apps
- u.v.m.

## Unsere Methodik

- Gezielte Praxis-Trainings von Vertrieblern für Vertriebler
- Effiziente und sofort umsetzbare Inputs
- Systematische Teilnehmeranalysen und Feedbacks
- Interaktiver Charakter mit großem Übungsanteil
- Strukturierter Erfahrungsaustausch mit Reflexion und Diskussion
- Training am eigenen Produkt bzw. an der eigenen Dienstleistung

## Unsere Trainer & Coaches

- verfügen über mindestens 5 Jahre Berufserfahrung in ihrem Bereich
- begeistern durch ein sehr hohes Qualitätsniveau
- sind Teil unseres großen Vertriebler-Netzwerks
- erfüllen unseren „Vertriebler-für-Vertriebler“-Anspruch zu 100%

# Die SALESTOOLBOX® im Überblick



**01  
Strategie**

Mit welchen Produkten, Kunden und Argumenten erreichen wir unsere Unternehmensziele?



**02  
Führung**

Wie können Mitarbeiter hinsichtlich der Unternehmensziele begleitet, gesteuert, kontrolliert und motiviert werden?



**03  
Neukundenakquise**

Was tun wir, damit uns Kunden finden oder wir aktiv Kunden finden und gewinnen?



**04  
Kundenbeziehungsmanagement**

Wie halten wir bestehende Kunden und bauen die Kundenbeziehung aus?



**05  
Anfragemanagement & Angebotsverfolgung**

Wie wird aus einer Anfrage ein Angebot und ein Verkaufserfolg?



**06  
Verhandlung & Verkauf**

Wie können in Verkauf und Verhandlung die besten Ergebnisse für uns erzielt werden?



Ergebnis: **zukunftsweisend.**  
Starkes Fundament:  
die passenden Werkzeuge.

**SALES TOOLBOX**   
by Milz & Comp.

„Entscheidend war für uns der messbare Erfolg, der sich z. B. in der Erweiterung unseres Vertriebs-Teams und der Gewinnung neuer Key-Accounts zeigt. Mit den durch Ihre Tools angestoßenen neuen Maßnahmen (...) können wir unsere Position als die führende Online-Agentur für Kinder- und Jugendmarketing in Deutschland stärken und ausbauen.“

Erik Winterberg  
Geschäftsführer, Elements of Art GmbH





Box 01

# Strategie



## Nutzen & Ergebnisse

Auf die Frage, ob Sie eine Unternehmensstrategie haben, antworten 99 % aller Geschäftsführer: „Selbstverständlich!“. Doch ist die Strategie die Basis für alltägliche Entscheidungen und wie wird diese mit Leben gefüllt? Hier trennt sich schnell die Spreu vom Weizen. Dabei ist die Frage „tun wir die richtigen Dinge“ mindestens ebenso wichtig wie die „Dinge richtig zu tun“. Häufig handeln Unternehmen vorrangig mit dem Ziel der kurzfristigen Gewinnoptimierung und verlieren dabei ihre langfristigen Ziele aus den Augen. In den diesbezüglichen Seminaren wird den Teilnehmern vermittelt, wie Sie Ihr Unternehmen langfristig und strategisch ausrichten und somit die Grundlage für maximale zukünftige Rentabilität legen können.

## Tools/Seminare innerhalb dieser Box

1.1	Werkzeuge zur Markt- und Wettbewerbsanalyse	36
1.2	Strategieprozesse erfolgreich implementieren und umsetzen	37
1.3	Visionentwicklung und Aufbau erfolgreicher Geschäftsmodelle mit der Braunsfelder Methode	39
1.4	Vertriebs- und Wachstumsstrategien	40
1.5	Pricing-Strategien im B2B-Vertrieb	41
1.6	Marktbearbeitungsstrategien entwickeln	42
1.7	Internationalisieren mit Strategie	43
1.8	Effizientes Projektmanagement	44
1.9	Vertrieboptimierung für Führungskräfte	45
1.10	Innovationsmanagement in der Praxis	46
1.11	Neuproduktentwicklung leicht gemacht	47
1.12	Erfolgreicher mit Marketing- und Vertriebscontrolling	48
1.13	Kennzahlen im Vertrieb	50
1.14	CRM-Tools	51

# 1.1 Werkzeuge zur Markt- und Wettbewerbsanalyse

## Lernen Sie Ihre Konkurrenz kennen!

Um Märkte ohne Wettbewerb – sogenannte „blaue Ozeane“ – zu erkennen, muss der Ausguck besetzt sein. Für die eigene Unternehmensstrategie bedeutet dies, immer über fundierte und aussagekräftige Marktbewertungen und Wettbewerbsanalysen zu verfügen. Denn richtige und langfristig erfolgreiche Entscheidungen lassen sich ohne Kenntnis des Umfelds kaum realisieren.

### Zielgruppe

Geschäftsführer, Inhaber, Verkaufs- und Vertriebsleiter, Führungskräfte und Teamleiter in Marketing und Verkauf

### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Experten-Input, Praxis-Tipps und Checklisten, Wirksamkeitsanalyse

### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

### Seminarziel

In diesem Seminar erfahren Sie, wie Sie mit Hilfe von verschiedenen Techniken und Tools – aber auch Recherche-Quellen – Ihre Kunden sowie Ihren Markt und Ihren Wettbewerb systematisch auf den Prüfstein stellen können. Wesentliche Instrumente, Datenbanken und Informationssysteme werden vorgestellt und beispielhaft eine Wettbewerbsanalyse durchgeführt. Darüber hinaus gibt das Seminar Einblicke, wie man diese Erkenntnisse in der Vertriebsarbeit nutzbar machen kann.

### Seminarinhalte

- Methoden und Techniken für die externe Diagnose
- Tools zur Informationsbeschaffung und deren Grenzen
- Kundenmacht – Erfolgsfaktoren in der Marktbearbeitung
- Marktberechnung und Marktentwicklung
- Was fordert der Markt und wie reagieren wir darauf?
- Strategie und Positionierung der Wettbewerber
- Auswertung Konkurrenzinformationen
- Mystery Calls / Testkäufe
- Konsequenzen ableiten und umsetzen

# 1.2 Strategieprozesse erfolgreich implementieren und umsetzen

## Machen Sie sich fit für die Zukunft!

Wie sind wir als Unternehmen heute aufgestellt? Sind wir fit für die Zukunft und umsetzungsstark genug für die Verfolgung unserer langfristigen Strategie? Führungskräfte und Vertriebsverantwortliche benötigen mehr als nur ein Bauchgefühl, wenn es um die Beantwortung dieser Frage geht. Mit den richtigen Analysewerkzeugen lassen sich nicht nur valide Aussagen treffen, es gelingt auch ein Vergleich im Zeitverlauf.

### Seminarziel

Die Probleme bei Kunden A, die Situation von Mitarbeiter B – der Alltag einer Führungskraft verstellt oft den Blick auf das große Ganze und verleitet schnell zu falschen Schlussfolgerungen. Teilnehmer dieses Trainings lernen daher mit Hilfe effektiver Tools eine strategische Diagnose des Gesamtunternehmens oder eines Bereichs durchzuführen. Dabei liegt der Fokus auf einer umfassenden Bewertung der internen Situation – und der Ableitung der richtigen Schlüsse daraus.

### Seminarinhalte

- Instrumente in der strategischen Diagnose
- Implementierung einer strategischen Turnus
- SWOT-Analyse
- Abläufe und Reibungsverluste
- Erkennen der lukrativsten Kundengruppen
- Analyse verkaufsaaktive Zeit
- Kundenpotenzialanalyse
- Faktoren für Kundenbegeisterung
- Stellenwert einzelner Produkte
- Produktlebenszyklusanalyse

### Zielgruppe

Geschäftsführer, Inhaber, Verkaufs- und Vertriebsleiter, Führungskräfte und Teamleiter in Marketing und Verkauf

### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Expertenvortrag, Praxis-Tipps und Checklisten

### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr



„Das Seminar war einfach super. Vor allem die vielen guten Praxisbeispiele haben das Seminar zu einem vollen Erfolg gemacht. Herzlichen Dank nochmals an den Referenten Markus Milz.“

*Jana Stagge*  
Geschäftsführerin, Flexomed GmbH

Box 01 | Strategie

## 1.3 Visionsentwicklung und Aufbau erfolgreicher Geschäftsmodelle mit der Braunschfelder Methode

### Entwickeln Sie eine nachhaltige Positionierung!

Für den Unternehmenserfolg nimmt die Vision eine Schlüsselrolle ein. Sie gibt die langfristige Zielsetzung vor und dient als Leitbild alltäglicher Entscheidungen. Aufgrund der Dynamik unserer Zeit rücken Fragen zu alternativen Szenarien und der „richtigen“ globalen Ausrichtung weiter in den Vordergrund. Bei der Braunschfelder Methode handelt es sich um eine erprobte Vorgehensweise zur Visions- und Strategieentwicklung, die auf aktuellsten Zukunfts- und Strategiekonzepten von Wissenschaft und Praxis aufsetzt.

#### Seminarziel

Teilnehmer dieses Seminars lernen relevante Zukunftsfragen, Einflussfaktoren, Risiken und Chancen zu identifizieren und zu bewerten, um daraus eine nachhaltige Positionierung ihres Unternehmens über die nächsten 10 Jahre hinaus zu entwickeln. Das Konzept liefert somit eine fundierte Basis für langfristige Weichenstellungen oder Investitionsentscheidungen.

#### Seminarinhalte

- Identifikation und Bewertung relevanter Zukunftsfragen
- Entwicklung Zukunftsradar
- Aufbau Chancenpanorama
- Bewertung von Chancen in der Geschäftsfeldmatrix
- Blue Ocean Strategie und strategische Unternehmenskontur
- Identifikation und Bewertung relevanter Positionierungsmerkmale
- Formulierung einer qualitativen Unternehmensvision

---

#### Zielgruppe

Geschäftsführer, Inhaber, Aufsichtsräte

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Experten-Input, Kreativitätstechniken, Erfahrungsaustausch, Szenario-Technik

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 1.4 Vertriebs- und Wachstumsstrategien

### Setzen Sie auf zukunftsweisende Vertriebsstrategien!

Die Entwicklung und Umsetzung einer marktorientierten Strategie ist die Kernaufgabe eines jeden Unternehmenslenkers. Das Fehlen einer Strategie hat unter Umständen verheerende Konsequenzen: Ein konsistentes und übergreifend abgestimmtes Vorgehen ist nicht möglich – die unkoordinierten Anstrengungen des Einzelnen entfalten kaum Wirkung. Nur eine gemeinsame Ausrichtung aller Ressourcen führt zu nachhaltigem Erfolg. Ein klares Ziel und eine nachvollziehbare Strategie sind dabei die entscheidenden Voraussetzungen.

**Zielgruppe**  
Geschäftsführer, Inhaber,  
Verkaufs- und Vertriebsleiter

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen,  
Experten-Input, Praxis-Tipps und  
Checklisten, Wirksamkeitsanalyse,  
Szenario-Technik

**Dauer**  
2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

Die Entwicklung eines von den Mitarbeitern getragenen Konzepts ist eine der größten Herausforderungen – die nur mit den richtigen Ansätzen und Methoden gelingen wird. In dieser Schulung lernt der Teilnehmer, die Position des Unternehmens genau zu analysieren und die daraus entstehenden Potentiale zu erkennen und auszuschöpfen. Gleichzeitig erfahren Sie, wie die notwendige Unterstützung der Fach- und Führungskräfte für die strategische Ausrichtung eingeholt werden kann.

#### Seminarinhalte

- Wachstum als strategisches Konzept
- Szenario-Technik als Instrument der strategischen Führung
- Zielorientierung implementieren
- Differenzierung/ USP
- Kundenpotenziale erkennen und ausschöpfen
- Wachstums- und Rentabilitätstreiber steuern
- Umsetzungscommitment einfordern und einholen

## 1.5 Pricing-Strategien im B2B-Vertrieb

### Für nur einen Anbieter lohnt es sich, der billigste zu sein!

Im Kampf um Kunden unterbieten sich B2B-Unternehmen im Pricing. Der Umsatz mag auf dem Papier gut aussehen, tatsächlich sind Preise von vornherein zu niedrig oder aber Rabatte, Skonti und Boni zu hoch – und damit die Marge zu gering. Eine ausschweifende Nachlasskultur erschwert die Transparenz. Zudem machen Dumping-Preise qualitätsorientierte Kunden eher misstrauisch. Häufig sind Kunden bereit höhere Preise zu zahlen, wenn Sie wissen, dass beispielsweise der Service des Unternehmens gut ist.

#### Seminarziel

Die Pricing-Struktur in einem Unternehmen sollte für den Kunden nachvollziehbar sein. Nur so können Kunden gebunden werden, und das Unternehmen kann Gewinne und Margen leichter kalkulieren. Klare Ziele helfen beim Pricing: Im Seminar „Pricing-Strategien im B2B-Vertrieb“ werden gewinn- und nicht umsatzorientierte Zielvorgaben vermittelt und in für zielgruppenadäquate Preismodelle übersetzt. Zudem lernen die Teilnehmer, die Werttreiber Ihrer Produkte zu identifizieren und zu bewerten sowie sich über Differenzierung dem reinen Preisvergleich zu entziehen.

#### Seminarinhalte

- Aktive Preisstrategien
- Differenzierung über Leistung
- Quantifizierung von Kundennutzen
- Gewinnerorientierte Zielvorgaben
- Preisbildung passend zur Zielgruppe
- Erwartungsmanagement
- Unvergleichbare Angebote erstellen
- Risiko des Käufers senken
- Rabatte mit Gegenleistungen verbinden

**Zielgruppe**  
Geschäftsführer, Inhaber,  
Verkaufs- und Vertriebsleiter,  
Führungskräfte und Teamleiter  
in Marketing und Verkauf

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen,  
Experten-Input, Fallbeispiele,  
Einzel- und Gruppenübungen

**Dauer**  
2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

## 1.6 Marktbearbeitungsstrategien entwickeln

### Finden Sie die besten Wege zu neuen Kunden!

Das Ziel ist klar und die Wunschkunden sind definiert – jetzt gilt es, „nur“ noch den schnellsten Weg zu Ihnen zu finden. Doch allzu häufig enden hier die Vorgaben und Hilfestellungen für den Vertrieb. Dabei ist die Frage „wie bearbeite ich den Markt“ entscheidend für den Arbeitsalltag im Innen- und Außendienst. Welche Kunden (-gruppen) werden von wem, wie, wie oft, in welchen Abständen angesprochen? Per Telefon? Über einen Besuch? Wird dabei potentialorientiert vorgegangen?

#### Seminarziel

Ausgehend von der Unternehmensvision muss eine klare Priorisierung des vertrieblichen Vorgehens auf Basis vorhandener Marktpotenziale (bei Neu- und Bestandskunden) erfolgen. Vorgegeben und überwacht von der vertrieblichen Leitung. Die Fragen und Methoden zu Ihrer Bearbeitung erlernen die Teilnehmer in unserem Seminar „Marktbearbeitungsstrategien entwickeln“.

#### Seminarinhalte

- Ableitung Marktbearbeitungsstrategie aus den Unternehmenszielen
- Identifikation der lukrativsten Kundengruppen
- Wie sind diese Kundengruppen zu erreichen?
- Was sind die optimalen Vertriebs-/ Absatzkanäle?
- Welche Regionen werden wie und in welcher Reihenfolge angegangen?
- Wie sind diese Regionen für eine Bearbeitung zuzuschneiden?
- Implikationen für die Organisation des Vertriebs

#### Zielgruppe

Geschäftsführer, Inhaber, Verkaufs- und Vertriebsleiter

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Expertenvortrag, Praxis-Tipps und Checklisten, Kreativitätstechniken

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

## 1.7 Internationalisieren mit Strategie

### Erfolgreich neue Wachstumsmärkte erschließen – ohne Fallgruben und Lehrgeld.

Die Globalisierung ist trotz aller Kritik in vollem Gange und wird irreversibel unsere Welt und die uns offenen Märkte verändern. Die neueren Entwicklungen in den USA, die Verhandlungen um den Austritt Großbritanniens aus der EU und die zukünftige Entwicklung Europas als Wirtschaftsraum beschleunigen eine Verlagerung der weltweiten Wirtschaftsaktivitäten in Richtung Fernost.

#### Seminarinhalte

- Ausgangsbasis und Ziele identifizieren
- neue Märkte analysieren und verstehen
- Wettbewerbsumfeld verstehen
- die richtige Vorgehensweise formulieren
- mittel- und langfristige Ziele setzen
- Vertriebskanäle identifizieren
- Kooperationspartner suchen
- Firmengründungen im Ausland
- strategische Standortwahl
- Ansiedlungs-Anreize
- Vertragsverhandlungen
- interkulturelle Herausforderungen
- Personalentwicklung
- IP-Protection vs. Technologietransfer
- mögliche Förderungen

#### Seminarziel

„Wir haben den Kooperationspartner nicht gefunden, der hat uns gefunden“ – so fangen sehr viele Internationalisierungsversuche an, die allzu oft scheitern. Das ist mitunter ein Risiko für das gesamte Unternehmen. Dem oft ‚zufälligen‘ Eintritt in neue Märkte mit mäßigem Erfolg soll eine durchdachte Internationalisierungsstrategie entgegengesetzt werden, die neben den Erfolgsfaktoren auch die möglichen Hürden und Fallgruben identifiziert. Am Ende sollten jedem Seminarteilnehmer die ‚Do’s und Don’ts‘ beim Internationalisieren klar sein.

#### Zielgruppe

Mittelständische Unternehmen mit Internationalisierungs-Ambitionen oder bereits ersten Aktivitäten.  
Personengruppe: Vorstand, Geschäftsführer, Bereichs- und Abteilungsleiter mit internationaler Verantwortung.

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Leitfäden und Gesprächshilfen, hoher interaktiver Charakter, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

# 1.8 Effizientes Projektmanagement

So steuern und planen Sie Ihre Projekte erfolgreich!

Große Projekte erfordern große Aufmerksamkeit. Deshalb werden hierfür meist klare Verantwortungen verteilt. Doch nicht nur in der reinen Größe liegen die Unterschiede – die Komplexität, die Relevanz von Fehlern und der Koordinationsaufwand sind mit Alltäglichem nicht zu vergleichen. Und bedürfen besonderer Herangehensweisen.

## Zielgruppe

Projektleiter, -verantwortliche und Mitarbeiter im Projekt

## Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Tools zur Projektsteuerung, Expertenvortrag, Fallbeispiele

## Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

## Seminarziel

Ob als Projektleiter in anspruchsvollen Großprojekten oder als Mitarbeiter in intensiven Projektphasen – das Bearbeiten von Großprojekten setzt wirkungsvolle Werkzeuge voraus, nicht nur im Vertrieb! Denn Fehler in der Planung, Steuerung und Überwachung sind häufig mit weitreichenden und teuren Konsequenzen versehen. Umso wichtiger ist die richtige Handhabung der Instrumente und Methoden dieses Seminars.

## Seminarinhalte

- Projekt- und Zieldefinition
- Festlegung und Organisation des Projektteams
- Management von Planungs-, Steuerungs- und Entscheidungsprozessen, u. a.
  - Projektstrukturierung und Aufwandschätzung
  - Einsatz von Netzplantechnik und Meilensteinplanung
  - Termin-, Ressourcen- und Kostenplanung / Projektcontrolling
- Effektive Planung der Rahmenbedingungen und des Aufgabenablaufs
  - Teamorganisation, Einfluss von Fachabteilungen und Gremien
- Projektdokumentation und -abschluss

# 1.9 Vertriebsoptimierung für Führungskräfte

Reicht es Ihnen, besser zu sein als der Wettbewerb? Oder wollen Sie DAS erreichen was möglich ist?

Haben Sie auch das Gefühl, dass mit Ihrer bestehenden Vertriebsmannschaft eigentlich mehr drin sein müsste? Dann besuchen Sie dieses Seminar! Sie bzw. Ihre Mitarbeiter lernen, wie Sie die Effizienz und Effektivität, die Wirksamkeit Ihres Vertriebs, steigern können! Themen wie verkaufsaktive Zeit sind hier ebenso wesentlich wie die Organisation und die Abläufe Ihrer vertrieblichen Strukturen und Prozesse. Erfahren Sie, welche ungenutzten Potenziale in Ihrer Organisation schlummern!

## Seminarziel

Erfolgreiche Zukunftsunternehmen orientieren sich am Potenzial, dem maximal Möglichen und streben mit aller Kraft danach, ihm so nah wie möglich zu kommen. Sie versuchen jedoch nicht, dieses Ziel mit tollkühnen Manövern zu erreichen, sondern setzen auf einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP), der alles tut oder unterlässt, was einem noch größeren Erfolg zu- oder abträglich ist. Sie segmentieren ihre Kunden nicht mehr primär nur nach den „alten Werten“ Umsatz und Deckungsbeitrag, sondern unterscheiden sie entsprechend ihres Potenzials und betreuen sie angemessen. Sie rücken der Zukunft strukturiert zu Leibe mit hervorragend aufgestellten Prozessen, besonders im Vertrieb, da, wo sich das Geschäft entscheidet und damit genau da, wo es bisher bei vielen an Prozessorientierung mangelt.

## Seminarinhalte

- Drei Gründe für mangelnde Effizienz
- Unbekannt und unendlich: das Potenzial
- Vorteile klarer Vertriebsprozesse
- Pareto Prinzip vs. Effektivität und Effizienz
- Messbarkeit, Kontrolle und Dokumentation
- Die SALESTOOLBOX®
- Strategiepyramide und Vertriebstrichter
- Der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP) im Vertrieb
- Vertriebskernprozesse: Nur etwas für das ISO-Handbuch?
- Der „ideale“ Verkaufsprozess
- Verkäufer. Gestern, heute und morgen
- Funktionierende Steuerungssysteme
- Konsequentes Führen im Vertrieb
- Leistungsorientierte Vergütung (LoV)
- Personalentwicklung und Qualifizierung
- Die schlagkräftige Organisation
- Effiziente Gesamtstruktur im Vertrieb

## Zielgruppe

Inhaber, Aufsichtsräte, Geschäftsführer, Führungskräfte im Vertrieb und Verkauf

## Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Tools zur Steigerung der verkaufsaktiven Zeit, Expertenvortrag, Fallbeispiele

## Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

# 1.10 Innovationsmanagement in der Praxis

## Innovation als strategischer Vorteil!

Zukünftige Erfolge sind nicht durch gegenwärtige Top-Leistungen gesichert. Das Gegenteil ist der Fall. Heutige Innovationen sind entscheidend für den Erfolg oder den Misserfolg eines Unternehmens morgen. Durch zukunftsfähige und innovative Produkte und Dienstleistungen ist nicht nur die Existenz des Unternehmens, sondern gleichzeitig die Rolle des Vorreiters gesichert. Doch nicht jede erfolgsversprechende innovative Idee schafft es bis zur Marktreife. Auf den gut gefüllten Innovationstrichter kommt es an.

### Zielgruppe

Geschäftsführer, Inhaber,  
Leitung F&E, Vertriebsleiter

### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen,  
Experten-Input, Praxis-Tipps und  
Checklisten, Wirksamkeitsanalyse

### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

### Seminarziel

Im hart umkämpften Wettbewerb sind Innovationen von höchster strategischer Bedeutung und geben einem Unternehmen die Möglichkeit, sich von seinen Konkurrenten abzuheben. In diesem Seminar werden gemeinsam verschiedene Innovationsquellen sowie der Weg von der Idee bis zur Markteinführung erarbeitet. Ferner werden verschiedene Szenarien und Zukunftsmodelle im Rahmen von Fallbeispielen und Gruppenübungen bearbeitet, diskutiert und gemeinsam ausgewertet. Dadurch ergeben sich nicht nur interessante Gespräche und Diskussionen, sondern vielmehr ein breiter Erfahrungsaustausch, gepaart mit neuen Ideen und Inspirationen.

### Seminarinhalte

- Innovationsmanagement/-prozess
- Innovationsquellen
- Konzeptfindungsphase
- Innovationsbedarfserfassung
- Innovationstrichter
- Neuprodukt-Erfolgsrate und ihre Determinanten
- Time-to-Market
- Markteinführungskonzeption
- Initiierung kontinuierlicher Lernprozesse
- Szenarienmodellierung

# 1.11 Neuproduktentwicklung leicht gemacht

## Seien Sie erfinderisch!

Vom Kunden geschätzte Produkte sichern die Existenz von Unternehmen. Häufig unerwartet erobern neue technische Standards und Innovationen von Wettbewerbern den sicher geglaubten Markt. Um dieser Problematik zu entgehen ist es unerlässlich, die eigene Produktentwicklung zu forcieren. Dabei ist permanent zu entscheiden für welche Idee Ressourcen investiert werden. Die erfolgreiche Etablierung eines neuen Produktes eröffnet ein zusätzliches Ertragssegment– ein Flop dagegen kostet viel Lehrgeld.

### Seminarziel

Neue Produkte sind für ein innovatives Unternehmen höchst bedeutend. Der Teilnehmer lernt in diesem Workshop von der Analyse des eigenen Produktportfolios über die Ideengenerierung bis hin zur Positionierung des neuen Produktes auf dem Markt alle wichtigen Phasen einer effektiven der Neuproduktentwicklung kennen.

### Seminarinhalte

- Analyse des Produktportfolios
- Rahmenbedingungen für neue Produktideen
- Kreativitätstechniken
- Ideenquellen
- Methoden und Instrument zur markt-orientierten Produkt-Ideenfindung
- Screening, Bewertung und Selektion von Neuprodukten
- Neuproduktentwicklungsprozess
- Positionierung des neuen Produkts

### Zielgruppe

Geschäftsführer, Inhaber,  
Leitung F&E, Vertriebsleiter

### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen,  
Experten-Input, Praxis-Tipps und  
Checklisten, Wirksamkeitsanalyse

### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr



# 1.12 Erfolgreicher mit Marketing- und Vertriebscontrolling

## Was bringt mein Marketing / Vertrieb eigentlich?

Jede Vertriebs- oder Marketingstrategie bedarf einer kontinuierlichen Auswertung und Überprüfung ihres Erfolgs. Durch Controlling-Instrumente werden alle vollzogenen Strategien und Maßnahmen messbar, ihre Wirksamkeit kann überprüft und bei Bedarf geändert werden. Damit stellt das Marketing- oder Vertriebscontrolling ein unverzichtbares Mittel zur Sicherstellung des Unternehmenserfolgs dar.

### Zielgruppe

Vertriebs- und Verkaufsleiter,  
Mitarbeiter im Controlling

### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen,  
Experten-Input, Praxis-Tipps und  
Checklisten, Einzel- und Gruppen-  
übungen

### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

### Seminarziel

In diesem Seminar steht das Thema „Erfolgsmessung in Marketing und Vertrieb“ („Return on Marketing / Sales“) als zentraler Punkt auf der Agenda. Dem Teilnehmer werden Instrumente und Tools zur Kontrolle der Wirksamkeit von Marketing- und Vertriebsstrategien oder -aktivitäten erläutert: Von der Planung über Kennzahlensystemen bis zum Einsatz als Führungsinstrument im Vertrieb.

### Seminarinhalte

- Marketing- und Vertriebscontrolling als Planungs- und Führungssystem
- Controlling und Rechnungswesen
- Zentrales Element: Der Vertriebstrichter
- Kundencontrolling
- Preiscontrolling
- Verkaufscontrolling
- Planungssysteme
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme
- Strategisches Controlling



„Es war ein interessantes Jahr voller Aktivitäten und es ist schön zu sehen, wie sich Alles zum Positivem verändert. Ihre Beratung und Schulung hat sicher einen ordentlichen Anteil an der neuen Denke, dafür nochmal vielen Dank.“

*Bernd Brinkmann*

*Geschäftsbereichsleiter Customer Solution Center, WALTER RAU Neusser Öl und Fett AG*

## 1.13 Kennzahlen im Vertrieb

### Auswerten, interpretieren, steuern.

Kennzahlen spielen in der heutigen Unternehmenslenkung eine wichtige Rolle. Sie unterstützen Führungskräfte dabei, ihre Ziele festzulegen und konsequent zu verfolgen. Dabei gibt es unzählige Kennzahlen, und nur wenige sind eine enorme Hilfe- stellung für die Verfolgung der wirtschaftlichen Zielsetzungen – aber genau diese KPI wird nicht erhoben.

---

#### Zielgruppe

Geschäftsführer, Vertriebsleiter, Vertriebscontrolling

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Experten-Input, Praxis-Tipps und Checklisten, Einzel- und Gruppen-übungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

Ziel des Seminars ist es, Ihnen neben den üblichen Umsatz- und Gewinnkennzahlen, tiefer gehende aussagekräftige Kennzahlen vorzustellen und zu diskutieren. In Fall- beispielen werden Tools zur Ermittlung, Analyse und Interpretation relevanter Kenn- zahlen mit an die Hand gegeben. Dadurch sollen KPIs ermittelt werden, die an weni- gen aber relevanten Stellen eine Steuerung des eigenen Vertriebs ermöglichen.

#### Seminarinhalte

- Was sagen uns Kennzahlen?
- Weshalb sind diese relevant?
- Durch effiziente Kennzahlensysteme Produktivität und Wirtschaftlichkeit verbessern
- Finanzielle und nicht finanzielle Kennzahlen
- Strategische Überwachung und Kontrolle mithilfe von Kennzahlen
- Kennzahlen unterschiedlicher Unternehmensbereiche
  - Beschaffungskennzahlen
  - Produktionskennzahlen
  - Absatzkennzahlen
- Kennzahlen besonderer Branchen
- Schwächen identifizieren und reduzieren
- Auswirkung von Kennzahlen

## 1.14 CRM-Tools

### Das optimale Werkzeug für Kundenbeziehungsmanagement.

Gutes Kundenmanagement beinhaltet mehr als den Einsatz weicher Faktoren oder die subjektive Wahrnehmung von Kundenzufrie- denheit. In einem sich stetig weiterentwickelnden Marktumfeld werden CRM-Tools zur Entlastung und Unterstützung bei der Erfassung und Auswertung zunehmender Informations- und Datenmenge benötigt. Effizienz und Effektivität stehen hierbei an oberster Stelle: Der Zeiteanteil für administrative Tätigkeiten darf nicht zu Lasten der verkaufsaktiven Zeit Ihrer wertvollen Vertriebsressourcen gehen.

---

#### Seminarziel

In diesem Seminar werden verschiedene Tools zum Kundenbeziehungsmanage- ment, für Vertriebsinnen- und Außen- dienst vorgestellt und entsprechende Schulungsanleitungen für die Mitarbeiter erörtert. Die Teilnehmer erhalten einen Überblick über die gängigsten CRM-Soft- warelösungen und deren Einsatzmög- lichkeiten.

#### Seminarinhalte

- Klassisches CRM
- IT im Vertrieb
- Einführung in CRM-Tools
- CRM mit Microsoft Office Produkten
- CRM Software
- Einführung von CRM-Software im Vertrieb
- CRM für Außen- und Innendienst
- Mitarbeiterschulung
- CRM-Tools im Vertriebssystem

---

#### Zielgruppe

Geschäftsführer, Vertriebs- und Verkaufsleiter, Mitarbeiter im Controlling

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Experten-Input, Praxis-Tipps und Checklisten, Einzel- und Gruppen-übungen, Vorstellung einzelner CRM-Tools und ihrer Vor- und Nachteile

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

Ergebnis: **dynamisch.**  
Perfekte Resultate durch  
perfekte Tools.



„Für mich war das gesamte Seminar-Projekt eine Art „Wohlfühlveranstaltung“. Besonders gefallen hat mir der extrem offene Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmern. Aber auch die Einbeziehung der Mitarbeiter, z.B. durch die praktischen Vertriebs-Tools, hat sich positiv ausgewirkt. Wir haben viele neue Ansätze erhalten.“

Fabian Erhöfer  
Geschäftsführender Gesellschafter, Louvrette GmbH





Box 02

## Führung



### Nutzen & Ergebnisse

Mitarbeiter sind es, die ein Unternehmen ausmachen. Ohne sie geht nichts, ihre Leistungen haben maßgeblich Einfluss auf den Unternehmenserfolg. Unternehmen müssen daher im „war for talents“ alles richtig machen. Dies betrifft die Personalauswahl, die Begleitung der Entwicklung und die Steuerung und Motivation der Belegschaft. Erfolgreiche Unternehmen schaffen es, gute Mitarbeiter langfristig an die Organisation zu binden und arbeiten konstant am „Sollen“, „Können“, „Wollen“ und „Dürfen“ der Belegschaft.

### Tools / Seminare innerhalb dieser Box

2.1	Erfolgreiche Personalakquise im Mittelstand .....	56
2.2	Bewerberinterviews als Schlüsselerlebnis .....	57
2.3	Talente überzeugen – nicht kaufen! .....	58
2.4	Teambuilding als Führungsaufgabe .....	59
2.5	Vom Mitarbeiter zur Führungskraft .....	60
2.6	Mitarbeiterführung und Coaching .....	61
2.7	Motivation & Mindset – auf die Chefs kommt es an .....	63
2.8	Zeit- und Selbstmanagement für Mitarbeiter .....	64
2.9	Zeit- und Selbstmanagement für Führungskräfte .....	65
2.10	Vertriebssteuerung in digitalen Zeiten .....	66
2.11	Burnout-Prävention .....	67
2.12	Die „Dritte Lebensphase“ als Führungsaufgabe .....	68
2.13	Führungskommunikation im Vertrieb .....	70
2.14	Cultural Awareness – International erfolgreich .....	71
2.15	Trennungsmanagement – Chance für Mitarbeiterbindung .....	72
2.16	Organisationsentwicklung & Change-Management .....	74
2.17	Kommunikation mit dem Betriebsrat .....	75
2.18	Business Knigge .....	77

## 2.1 Erfolgreiche Personalakquise im Mittelstand

### Wie finden Sie die besten Spieler für Ihr Team?

Sichern Sie durch eine optimale Stellenbesetzung langfristig den Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Unternehmens. Treten Sie dabei dem Fachkräftemangel frühzeitig entgegen und finden Sie durch eine optimierte Profilerstellung und einen strukturierten Rekrutierungsprozess genau die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die zu Ihnen passen!

**Zielgruppe**  
Personalfachleute, Führungskräfte, Teamleiter

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen, Checklisten und Tools für die Personalauswahl, Experten-Input und Best Practice, Erfahrungsaustausch

**Dauer**  
1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

Nie mehr teure Fehlentscheidungen! Die Teilnehmer lernen, wie sie durch ein strukturiertes Auswahlverfahren den Rekrutierungsprozess effizient und transparent gestalten. So vermeiden Sie nicht nur rechtliche Konsequenzen durch Verfahrensfehler, sondern sichern durch optimale Stellenbesetzungen langfristig den Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Unternehmens.

#### Seminarinhalte

- Überblick über den Rekrutierungs- und Auswahlprozess
- Auf welche Faktoren im Betrieb hat meine Personalentscheidung Einfluss?
- Welche Investitionssumme verbirgt sich hinter einer Rekrutierung?
- Profilerstellung – Wissen, was genau man sucht!
- Sichtung von Lebenslauf und Bewerbungsunterlagen – auf welche Formulierung müssen Sie achten!
- Strukturierte Vorbereitung und Durchführung des Auswahlinterviews
- Entscheidungsfindung
- Häufige Fehler und Stolperfallen

## 2.2 Bewerberinterviews als Schlüsselerlebnis

### Vorstellungsgespräche professionell und zielgerichtet durchführen.

Das Interview mit potentiellen Kandidaten hat eine Schlüsselfunktion in der Rekrutierungsphase. Je strukturierter ein Gespräch ist, desto besser ist die Qualität. Unstrukturierte Interviews verleiten dazu, sich „den ersten Eindruck nur bestätigen zu lassen“. Die Folge: verschiedene Interviewer ziehen aus einem Gespräch unterschiedliche Schlüsse. Dies macht professionelle und standardisierte Grundlagen wie Insights MDI® und ASSESS® by Scheelen in Verbindung mit strukturierten Leitfäden unerlässlich.

#### Seminarziel

Mit diesem Training stärken Sie die persönliche Entwicklung Ihrer Mitarbeiter, die Vorstellungsgespräche führen. Diese lernen, sich auf die Bewerberinterviews professionell vorzubereiten, um sich somit noch besser auf die potentiellen Mitarbeiter und deren Botschaften zu konzentrieren. Durch theoretisches Grundwissen sowie die praxisnahe Orientierung auf die speziellen Anforderungen eines effizienten und strukturierten Interviews entwickeln die Teilnehmer eine neue Kompetenz. Die Bewerberinterviews unterscheiden sich bereits direkt nach dem Training deutlich in Struktur und Qualität.

#### Seminarinhalte

- Ziele eines Bewerberinterviews festlegen
- Die verschiedenen Phasen eines Gespräches mit Bewerbern
- Do's and Don'ts – was es unbedingt zu vermeiden gilt
- Die richtige Fragetechnik
- Professionelle und effiziente Vorbereitung eines Gespräches
- Aktives Zuhören – wie geht das?
- Wichtige Signale erkennen und richtig darauf reagieren
- Den Kandidaten „lesen“ und „typengerecht“ kommunizieren
- Checklisten und Fragekataloge gemeinsam erarbeiten
- Praxissimulationen und Mikrotraining

**Zielgruppe**  
Personalfachleute, Führungskräfte, Teamleiter

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen, Experten-Input, Praxis-Tipps und Checklisten, Einzel- und Gruppenübungen, Insights MDI®

**Dauer**  
2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

## 2.3 Talente überzeugen – nicht kaufen!

### Vom nachfrage- zum angebotsorientierten Talentmanagement.

Die Herausforderung künftiger Personalentwicklung ist die Diskrepanz zwischen dem starken Bedarf an begabten und motivierten Nachwuchskräften der Unternehmen und der abnehmenden Anzahl geeigneter Berufsanfänger und Potentialträger. Diese Entwicklung wird sich in absehbarer Zeit nicht umkehren, sondern verstärken. Gleichzeitig verändert sich die Erwartung der Nachwuchskräfte an ihre Arbeit, ihre Arbeitsumgebung und die Wertschätzung für ihre Arbeit. Darauf müssen Unternehmen ihre Personalpolitik anpassen!

**Zielgruppe**  
Geschäftsführung, Vorstand,  
Aufsichtsräte, Personalleitung

**Lehr- und Lernmittel**  
Lernsnacks, Praxisorientierte  
Übungen, Experten-Input,  
Erfahrungsaustausch, Einzel-  
und Gruppenübungen und  
Seminarunterlagen

**Dauer**  
1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

Die Teilnehmer werden für die Veränderung am Markt für künftige Potentialträger sensibilisiert. Die Wirksamkeit der traditionellen Instrumente der Personalarbeit wird im Kontext abnehmender Nachfragemacht der Arbeitgeber untersucht und bewertet. Vor dem Hintergrund der Verknappung des Angebotes junger Talente werden innovative Ansätze dargestellt, deren Wirkungsweise diskutiert und deren Anwendbarkeit in der Praxis eingeschätzt. Beantwortet wird zudem die Frage: Wie können Arbeitgeber als Nachfrager für junge Talente einem ruinösen Preiskampf entgehen, wenn einerseits Angebot und Nachfrage den Preis regeln und andererseits die Anzahl der Talente abnimmt?

#### Seminarinhalte

- Aktuelle bzw. sich abzeichnende demographische Entwicklungen
- Veränderungen in den Einstellungen und Erwartungen potentieller Führungskräfte
- Entwicklung der künftigen Fach- und Führungskräfte als zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie
- Wahrnehmung und Gewinnung sowie Förderung und Bindung von Talenten
- Künftige Rolle der Führungskräfte
- Herausforderungen der Personalbeschaffung, der -betreuung und der -entwicklung
- Pflege der knappsten und wichtigsten Ressource des Unternehmens durch agile Personalarbeit
- Wechselwirkung des Beziehungsmanagements insbesondere von Mitarbeitern, Kunden und Investoren

## 2.4 Teambuilding als Führungsaufgabe

### So kitzeln Sie das Maximale aus Ihrem Team heraus – und sichern gleichzeitig Ihre Akzeptanz

Laut einer mittlerweile hinreichend bekannten Gallup Studie vom Mai 2014 engagieren sich gerade einmal 16% der Angestellten aktiv für ihr Unternehmen. Der Rest „schlafwandelt“ durch seine Arbeitszeit oder behindert gar die Arbeit der Kollegen. Teamarbeit sollte nicht „zufällig“ geschehen und entstehen, aus diesem Grund hat Teamentwicklung unter anderem immer auch das Ziel, ein positives Arbeitsklima zu schaffen und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zu gewährleisten. Teambuilding und deren zu Grunde liegende Maßnahmen sind aktiv gesteuerte Prozesse, die Teammitglieder im Laufe der Zeit automatisch durchlaufen mit dem Ziel der Verbesserung der Zusammenarbeit ihrer Mitarbeiter.

#### Seminarziel

Teambuilding fördert Motivation und Kommunikation! Das gemeinsame Bewältigen von Aufgaben in einem Team schweißt Teams zusammen. Erlebnisse außerhalb des Büroalltags verbinden das Team emotional. Durch geeignete Teambuildingmaßnahmen sorgen wir gemeinsam dafür, dass sich Ihre Mitarbeiter für Ihr Unternehmen engagieren. Dabei sollten nicht nur die Kompetenzen einzelner Teammitglieder oder der ganzen Gruppe gestärkt, sondern ebenso auch die Strukturen der Zusammenarbeit verbessert sowie Unzufriedenheiten im Team beseitigt werden.

#### Seminarinhalte

- Barrieren abbauen – Stärken fördern
- Kennen Sie Ihre Mitarbeitertypen? Passt die Aufgabe zum Mitarbeiter?
- Perfekte Teams zusammenstellen
- Ursachen für Schlecht-Leistung verstehen: Nicht-wollen, nicht können oder nicht dürfen?
- Überforderung rechtzeitig erkennen und gegensteuern
- High-Performance im Team sichern und halten
- Leistung wertschätzen – Erfolge feiern
- Mythos Motivation?
- Umgang mit Low-Performern
- Akzeptanz als Vorgesetzter sichern
- Wenn das Team gegen den Chef rebelliert

**Zielgruppe**  
Führungskräfte

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen,  
praxisorientierte Übungen und  
Beispiele, Expertenvortrag, Fall-  
beispiele, Einzel- und Gruppen-  
übungen

**Dauer**  
2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

## 2.5 Vom Mitarbeiter zur Führungskraft

### So starten Sie erfolgreich als Führungskraft!

Der Freude über die Beförderung folgt meist das „böse Erwachen“ – was muss ich als Führungskraft anders machen als zuvor? Aufgaben und Pflichten einer Führungskraft sind von außen oft schwer wahrzunehmen. Delegieren und Kontrollieren stellen hierbei nur einen Bruchteil der Aufgaben dar. Insoweit verwundert es nicht, wenn neue Führungskräfte den gewünschten Erfolg nicht herbeiführen können.

#### Zielgruppe

Personalfachleute, Führungskräfte, Teamleiter

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Expertenvortrag, Training in der Führungskommunikation, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

In diesem Seminar lernen Sie Methoden und Techniken individueller, erfolgreicher Führung kennen, die Ihnen helfen, Ihrer neuen Herausforderung gerecht zu werden. Nach dem Seminar verfügt jeder Teilnehmer über eine individuelle Strategie, die es ihm erleichtert, das Gelernte sofort in den Arbeitsalltag umzusetzen. Der Fokus liegt dabei auf Techniken, die gerade Neueinsteigern in Führungsaufgaben zu Gute kommen.

#### Seminarinhalte

- Klärung der neuen Rolle als Führungskraft
- Unterscheidung zwischen Führungs- und Facharbeit
- Sicherstellung der Handlungskompetenz als Führungskraft
- Einblick in Führungsaufgaben und -instrumente
- Führungsstile und -verhalten
- Kommunikation und Gesprächsführung
- Erfolgreiche Teamleitung
- „Fahrplan Führung“

## 2.6 Mitarbeiterführung und Coaching

### Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter zu Bestleistungen!

Gibt es einen Fahrplan für „gute Führung“? Jeder Vorgesetzte stellt sich täglich der Herausforderung der Mitarbeiterführung. Wie kann die eigene Mannschaft motiviert und entwickelt werden? Mit welchen Techniken und Methoden kann der Führungsalltag gemeistert werden – auch und gerade in schwierigen Situationen?

#### Seminarziel

Menschen mit Personalverantwortung finden hier Antworten auf die Frage, wie sie Motivation und Höchstleistung ihrer Mitarbeiter fördern können. Zudem vermittelt das Seminar Strategien, wie Gespräche anhand von aktuellen Situationen aus Ihrem Arbeitsalltag professionell geführt werden können.

#### Seminarinhalte

- Motivation, Vermeidung von Demotivation
- Die Führungsfelder: Persönliches Coaching, Fachcoaching, Lob, Anerkennung und Wertschätzung, Kritik
- Professionelle Gesprächsführung
- Interventionstechniken: Umgang mit Einwänden und Widerständen
- Wirksame Zielvereinbarungen
- Eigenverantwortung des Mitarbeiters
- Vom Einzelkämpfer zum Team
- Fördern der Innovationskraft

#### Zielgruppe

Führungskräfte

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Expertenvortrag, Fallbeispiele, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

2 Tag  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr



„Milz & Comp. GmbH hat mir in den Seminaren neue Herangehensweisen aufgezeigt und durch Rollenspiele die Theorie in die Praxis übertragen. Ich bin begeistert von den Referenten.“

Ricarda Tenholte  
Key Account Manager Region West, GLS

Box 02 | Führung

## 2.7 Motivation & Mindset – auf die Chefs kommt es an

Kann man Mitarbeiter dauerhaft motivieren? Oder nur Demotivation verhindern?

So lautete eine der zentralen Fragen in Reinhard K. Sprengers Management-Bestseller „Mythos Motivation“ aus dem Jahre 1991. Kann ein Chef Mitarbeiter dauerhaft motivieren? Oder wirklich eher nur dafür sorgen, das „richtige“ Team zusammenzustellen und alles dafür tun, um dafür zu sorgen, dass an sich schon motivierte Mitarbeiter ihre Motivation nicht verlieren? Was sind die „richtigen“ Mitarbeiter – was die „richtigen“ Attitudes, Mindsets – die richtige Haltung, die Vorgesetzte und Mitarbeiter benötigen, um erfolgreich und nachhaltig Bestleistungen zu erbringen?

### Seminarziel

Motivation ist die Grundvoraussetzung für erfolgreiches Handeln. Sich selbst und andere zu motivieren steht in diesem Seminar im Vordergrund. Hierbei geht es nicht nur um Erkenntnis-vermittlung über Motivations- und Erfolgsstrategien. Denn bekanntlich ist fachliches Wissen bei weitem nicht ausreichend. Viel relevanter ist es, dieses auch praktisch in Ihrem Alltag umsetzen zu können. Denn: Können ist angewandtes Wissen.

### Seminarinhalte

- Stärkung der eigenen positiven Motivation als Voraussetzung zur Motivation anderer
- Die optimistische Grundeinstellung
- Belohnen Sie sich selbst und andere
- Steigern Sie Ihren Erfolg
- Anker, tun-als-ob, hier und jetzt und andere: Mindsetstrategien als Erfolgsgarant
- Ändern Sie Ihre Vorgehensweise
- Ängste in positive Energien umwandeln
- Positive Affirmation
- Entspannungstechniken
- Gestalten Sie ein attraktives Umfeld
- Die wichtigsten Techniken um das Gelernte auf Andere zur Anwendung zu bringen
- Kurz-, mittelfristige und nachhaltige Motivationstechniken
- Fazit: Was mache ich als Führungskraft ab Morgen anders?

---

**Zielgruppe**  
Führungskräfte

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Expertenvortrag, Fallbeispiele, Einzel- und Gruppenübungen

**Dauer**  
2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

---



## 2.8 Zeit- und Selbstmanagement für Mitarbeiter

### So nutzen Sie Ihre Arbeitszeit optimal!

Der Schreibtisch ist immer voll. Die Termine drängeln, Kollegen und Vorgesetzte fragen nach Ihren Unterlagen. Im Posteingang sammeln sich die ungelesenen Mails. In manchen Fällen ist die Ursache: schlechtes Zeitmanagement.

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- / -außendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Expertenvortrag, Fallbeispiele der Selbstorganisation, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

Der Teilnehmer lernt die Methoden und Techniken des Zeit- und Selbstmanagements kennen, die ihm helfen, sein Tagesgeschäft effektiv und effizient zu bewältigen. Nach der Veranstaltung verfügt der Teilnehmer über individuelle Strategien, die es ihm erleichtern, das Gelernte in den Arbeitsalltag umzusetzen.

#### Seminarinhalte

- Zielformulierung und Prioritäten
- Störfaktoren und Zeitdiebe
- SAULUS Methode
- E-Mail-Flut bewältigen
- Arbeitsorganisation
- Effizienz im Büro
- Tools zur Zeitmanagementkontrolle
- Tipps und Tricks zum Zeit- und Selbstmanagement

## 2.9 Zeit- und Selbstmanagement für Führungskräfte

### Weniger Zeitdruck – mehr Lebensqualität!

Gute Selbstorganisation und konsequentes Zeitmanagement – gerade als Führungskraft ist die Einteilung der eigenen Zeit das wichtigste Mittel für den Erfolg. Schaffen Sie es, sich ausreichend Zeit für strategische Themen und Führung zu nehmen? Schaffen Sie sich die Freiräume, die Sie benötigen! Nutzen Sie die Instrumente und Methoden des Zeit- und Selbstmanagements für mehr Zeit und mehr Arbeitszufriedenheit!

---

#### Seminarziel

In diesem Seminar werden Ihnen die wichtigsten Methoden des Zeitmanagements vorgestellt. Sie erfahren, wie das Tagesgeschäft – insbesondere im Handling mit den Mitarbeitern als Zeitkomponente – effektiver bewältigt werden kann und Sie gleichzeitig langfristig Zeitfenster nutzen. Nach dem Seminar verfügen Sie über individuelle Strategien, die es Ihnen ermöglichen, Ihr Zeitmanagement im Arbeitsalltag signifikant zu verbessern.

#### Seminarinhalte

- Richtig Delegieren
- Zielformulierung und Prioritäten
- Störfaktoren und Zeitdiebe
- Zeitver(sch)wendungsanalyse
- E-Mail-Flut bewältigen
- Arbeitsorganisation
- Tools zur Zeitmanagementkontrolle
- Tipps zum Zeit- und Selbstmanagement

---

#### Zielgruppe

Mitarbeiter mit Führungsaufgaben

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Tools zur Selbststeuerung und zur Erkennung von Zeitdieben, Expertenvortrag, Fallbeispiele

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 2.10 Vertriebssteuerung in digitalen Zeiten

### Wie steuert man remote und digital die Digital Natives?

Eine effektive und effiziente Vertriebssteuerung ist für jedes erfolgreiche Unternehmen überlebensnotwendig. Problematisch hierbei ist, dass mit zunehmenden Digitalisierung in allen Unternehmensbereichen sich für den Vertrieb neue Herausforderungen und Aufgaben ergeben. Beispielhaft zu nennen seien hier nur Einführung und Nutzung von CRM-Systemen, Schaffung vertrieblicher Transparenz mit Big Data, Vertriebstransparenz, Informationsqualität oder auch das Führen von Mitarbeiter auf Entfernung – sei es weil sie im Homeoffice sitzen oder beim Kunden arbeiten.

**Zielgruppe**  
Führungskräfte

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Expertenvortrag, Fallbeispiele, Einzel- und Gruppenübungen

**Dauer**  
2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

Führungskräfte im Vertrieb gilt es, Erfolge vorzuweisen und das Vertriebsteam auch auf Basis von Zielsetzungen und Daten zu führen. Werden Strategien und Kennzahlensysteme wettbewerbsfähig ausgerichtet, können unglaubliche Potenziale gehoben werden. Diese Tools und Techniken zu vermitteln ist Zielsetzung dieses Seminars. Kosten und Leistungen des Vertriebs optimal zu messen, zu analysieren und zu adjustieren sind Inhalte dieser Veranstaltung. Es werden bewährte und zukünftige Planungs-, Steuerungs- und Kontrolltechniken zur Optimierung der Vertriebsproduktivität für Außendienst, Innendienst und andere vertriebliche Funktionen vermittelt. Sie lernen, wie Sie Vertriebskennzahlen richtig einsetzen und effektives Vertriebscontrolling im heutigen intensiven Wettbewerb erfolgreich nutzen.

#### Seminarinhalte

- Aktuelle Trends im Vertriebscontrolling
- Vertriebssteuerung „state-of-the-art“ mit Kennzahlen (KPIs)
- Zentrale KPIs im Vertrieb
- Probleme und Lösungen bei der Einführung von Steuerungs- und Controllingsystemen
- Planziele, Vertriebsziel-Erreichung und Budgetierung: So geht es
- Ableitung von Unternehmenszielen auf Abteilungen, Teams und Mitarbeitern
- Welche Vergleiche und Benchmarks im Vertrieb sind zielführend?
- Konsequenzen für die Führung und Steuerung von Verkaufsgebieten und -regionen
- Analyse quantitativer und qualitativer Erfolge im Außen- und Innendienst
- Leistungsbeurteilung und Potenzialeinschätzung von Verkäufern sowie von Teams
- Produktivitätssteigerung durch monetäre und nicht monetäre Entlohnungsmodelle
- Bedeutung des Berichtswesens im Zeitalter der Digitalisierung

## 2.11 Burnout-Prävention

### Stress verstehen – Gesundheit erhalten!

„Ich muss noch schnell diese eine Email beantworten“! Kommt Ihnen dieser Satz auch bekannt vor? Auf Grund genau dieser Aussage fühlen sich so oder ähnlich die Mehrheit der deutschen Arbeitnehmer in ihrem Arbeitsalltag gestresst. Oftmals wird die chronische Erschöpfung nicht ernst genommen oder aus Sorge vor dem Arbeitsplatzverlust ignoriert. Mag es noch so unterschiedliche Gründe hierfür geben – die gesundheitliche Beeinträchtigung hilft niemandem.

#### Seminarziel

Sie lernen die Auswirkungen von Stress kennen und verstehen die körperlichen Zusammenhänge. Es wird vermittelt, wie Sie mögliche Risikofaktoren erkennen und Maßnahmen zur Prävention von Burnout einleiten. Gemeinsam werden Ihre Einflussmöglichkeiten als Führungskraft erörtert und das eigene Führungsverhalten reflektiert. Ziel dieses Seminars ist weiterhin die Identifikation belasteter Mitarbeiter und der jeweiligen stressauslösenden Faktoren. Sie werden geeignete Lösungen zur Prävention von Burnout erarbeiten, die Sie direkt umsetzen können.

#### Seminarinhalte

- Zusammenhang von Gesundheit und Stress
- Entstehung und körperliche Auswirkungen von Stress
- Warnsignale und „Erste-Hilfe-Tools“
- Präventionsmöglichkeiten
- Die Rolle der Führungskraft in der Gesundheitsprävention
- Umfang und Grenzen der Verantwortung der Führungskraft
- Besonderheiten im Umgang mit belasteten Mitarbeitern
- Modell zur Mitarbeitergesprächsführung

**Zielgruppe**  
Mitarbeiter mit Führungsaufgaben

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Expertenvortrag, Fallbeispiele, Einzel- und Gruppenübungen

**Dauer**  
1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

## 2.12 Die „Dritte Lebensphase“ als Führungsaufgabe

### Wechsel in den Ruhestand: Eine Herausforderung für alle Beteiligten.

Das Ausscheiden aus dem aktiven Berufsleben und der Eintritt in die dritte Lebensphase gehört zu den einschneidendsten Ereignissen im Leben eines Menschen. Aber auch für die Unternehmen und die Kollegen bedeutet der Abschied ein Einschnitt. Eine rechtzeitige und gründliche Vorbereitung erleichtert den Übergang und eröffnet Chancen.

#### Zielgruppe

Führungskräfte und Personalleiter

#### Lehr- und Lernmittel

Lernsnacks, Praxisorientierte Übungen, Experten-Input, Erfahrungsaustausch, Einzel- und Gruppenübungen und Seminardokumentation

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

Die Teilnehmer werden für die Herausforderungen durch zwangsläufig älter werdende Mitarbeiter sensibilisiert. Methoden, Tools und Verfahrensweisen werden vermittelt, um die Auswirkungen des Wandels im Unternehmen und in Unternehmensteilen zu erkennen, die drohenden Risiken zu bewältigen und die sich bietenden Chancen zu nutzen.

#### Seminarinhalte

- Vorab-Aufgabe an Teilnehmer
- Umgang mit:
  - dem erhöhten Anteil älterer Mitarbeiter mit mehr Lebenserfahrung als deren Vorgesetzte
  - der durch zunehmendes Alter veränderten Motivation, Leistungsfähigkeit und Wissensweitergabe
- Vorbereitung und Einleitung absehbarer Veränderungen im Personal und der Organisation
- Ermittlung und Bewertung der Demographie sowie spezifischer Fachkenntnisse und Erfahrungen
- Bewusstwerdung und Kanalisierung des drohenden Verlustes von Know-How
- Nutzung der spezifischen Kenntnisse auch über den Renteneintritt hinaus.
- Fürsorgepflicht des Arbeitgebers für die ausscheidenden und verbleibenden Mitarbeiter
- Auswirkungen auf das Employer Branding



„Vielen Dank für das spannende Seminar. Ich freue mich schon darauf, das Erlernte, auch mit Hilfe der zur Verfügung gestellten Tools, in meiner Praxis umzusetzen.“

Thilo Kauffmann

Ass. der Geschäftsführung, Terbrüggen Showproduktion

## 2.13 Führungskommunikation im Vertrieb

### Optimierung der Führungsleistung im betrieblichen Alltag!

Was macht gute Führung aus? Gelingt es Ihnen, sich auch in Kritik- und Konfliktsituationen zu behaupten und den richtigen Weg zu finden? Eine konstruktive, wertschätzende Atmosphäre ist hier das A und O. Der Leader von heute erarbeitet eine gemeinsame Strategie, vereinbart messbare Ziele, gibt Handlungsspielräume und coacht sein Team auf dem Weg zum Erfolg.

---

**Zielgruppe**  
Mitarbeiter mit Führungsaufgaben

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Expertenvortrag, Fallbeispiele, Einzel- und Gruppenübungen

**Dauer**  
2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

Sie erfahren, was die Einbindung in eine bestehende Unternehmenskultur und deren Spielregeln sowie Werte für Sie als Führungskraft bedeuten und welcher Handlungsspielraum sich daraus für Sie ableiten lässt.

Gleichzeitig erleben Sie, welche Anforderungen an Sie als Führungskraft gestellt werden und wie Sie diese im Einklang mit Ihrem individuellen Führungsstil sowie persönlichen Führungsleitlinien erfüllen können.

Last but not least lernen Sie innerhalb dieser Schulung mit „Workshopcharakter“ Ihre Führungskommunikation in der betrieblichen Praxis zu optimieren und dies auch im Hinblick auf mögliche Konflikt- bzw. Kritikgespräche mit Vorgesetzten, Führungskollegen und Mitarbeitern.

#### Seminarinhalte

- Anforderungen an eine Führungskraft
- Führungskultur und -werte
- Führungsgrundsätze und -stile
- Besonderheiten und Regeln der Führungskommunikation
- Erfolgreiche Gestaltung von Konflikt- / Kritikgesprächen mit Vorgesetzten, Kollegen und Mitarbeitern

## 2.14 Cultural Awareness – International erfolgreich

### Kultur und andere Stolpersteine.

Die anderen sind anders - wir aber auch. Wir sehen uns oftmals ähnlich, doch gilt das auch für unsere jeweiligen Werte, Ideen, Verhaltensweisen, Höflichkeitsregeln, Kommunikationswege oder beruflichen Umgangsformen? Wie schaffen wir es, uns erfolgreich auf dem internationalen Parkett zu bewegen, sei es in internationalen Projekten, auf internationalen Märkten, in interkulturellen Teams?

#### Seminarziel

In diesem interkulturellen Training beschäftigen Sie sich intensiv mit verschiedenen Kultur-Theorien und Wertesystemen. Sie trainieren, wie Sie gewinnbringend mit Teams und Projektgruppen aus mehreren Ländern oder Kulturen arbeiten können. Sie üben, in einer anderen Kultur unterwegs zu sein und dabei mit Stereotypen umzugehen. Sie entwickeln Strategien für den Umgang mit kulturbedingten Konflikten, Lösungen für Zusammenarbeit von dezentralen Teams sowie ein Gespür für die Chancen aus Diversität und Internationalität.

#### Seminarinhalte

- Kultur-Theorien
- Landeskunde
- Ambiguitätstoleranz
- Internationale Kommunikation
- Umgang mit Stereotypen und kulturell bedingten Konflikten
- Dezentrale Teams
- Internationale Chancen und Herausforderungen

---

**Zielgruppe**  
Mitarbeiter mit Führungsaufgaben

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Expertenvortrag, Fallbeispiele, Einzel- und Gruppenübungen

**Dauer**  
1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 2.15 Trennungsmanagement – Chance für Mitarbeiterbindung

### Umgang im Trennungsprozess – gelebtes Führungsverständnis.

Die Trennung von Mitarbeitern und die Aussprache von personen- oder betriebsbedingter Kündigungen sind betriebliche Realität. Mitarbeiter haben regelmäßig Verständnis, selbst für harte Personalmaßnahmen. Jedoch müssen die Ursachen nachvollziehbar und der Umgang mit den Betroffenen fair sein. Daneben brauchen die Ausscheidenden Perspektiven für die berufliche Zukunft.

#### Zielgruppe

Geschäftsführung, Vorstand,  
Aufsichtsorgane, Personalleitung

#### Lehr- und Lernmittel

Lernsnacks, Praxisorientierte  
Übungen, Experten-Input,  
Erfahrungsaustausch, Einzel-  
und Gruppenübungen und  
Seminar dokumentation

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

Die Notwendigkeit eines transparenten und fairen Trennungsprozesses für den Erfolg einer individuellen oder einer kollektiven Personalmaßnahme sollen die Teilnehmer erkennen und praktische Anstöße zur Realisierung erhalten.

Die Verbleibenden registrieren genau den Umgang mit den Ausscheidenden und schließen daraus für ihre eigene Zukunft! Das ist die Chance die Motivation, Identifikation und Loyalität der Mitarbeiter zu stärken. Ebenso kann das Image bei den aktuellen und künftigen Stakeholdern positiv beeinflusst werden. Et vice versa.

#### Seminarinhalte

- Darstellung der Phasen und Stolpersteine des Trennungsprozesses
- Verstehen der Trennungsmanagements als Krisenmanagement
- Information und Kommunikation der Trennungsgründe
- Protagonisten der Trennung und ihre Rollen
- Vorbereitung der Führungskräfte auf Gespräche im Rahmen der Trennung
- Materielle und immaterielle Unterstützung für die Ausscheidenden
- Erkennen der Folgen der Trennung für die verbleibende Organisation
- Minimieren der negativen Auswirkungen, im Idealfall freisetzen positiver Energien
- Verhalten in der Trennung als deutlicher Ausdruck gelebter Unternehmenskultur



„Sehr gut fand ich die interaktive Führung und die überzeugenden, pragmatischen Übungen. Ich habe durch das Seminar einige verblüffende Erkenntnisse gewonnen.“

Frank Kuntze  
Geschäftsführer, Dr. A. Kuntze GmbH

## 2.16 Organisationsentwicklung & Change-Management

Wie agil darf es sein? Oder: Wie kann ich dafür sorgen, dass MEIN Change-Projekt nicht zu DEN 70% gehören, die scheitern?

Unternehmen stehen zunehmend vor der Herausforderung, Change-Projekte durchzuführen. Ziel ist es, die Zukunft der eigenen Organisation erfolgreich zu gestalten und eine oft digitale Transformation einzuleiten. Veränderungsmanager spielen in diesem komplexen Aufgabenfeld eine tragende Rolle. Denn das Unternehmen verändert dabei immer auch seine Strukturen, Abläufe und Prozesse.

### Zielgruppe

Inhaber, Aufsichtsräte, Geschäftsführer, Führungskräfte im Vertrieb und Verkauf

### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Tools zur Steigerung der verkaufsaktiven Zeit, Experten-vortrag, Fallbeispiele

### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

### Seminarziel

In diesem Seminar erfahren Sie, wie Sie diese Herausforderungen erfolgreich meistern. Wir gehen insbesondere den Fragen nach,

- ...wie man Veränderungsprozesse so organisiert, dass sie effizient und zielgerichtet ablaufen
- ...welche Change-Management-Modelle und Tools wirklich nützlich sind
- ...was bei der Vorbereitung und während eines Change Prozesses zu beachten ist
- ...welche typischen Krisensituationen und Widerstände es gibt, wie man sie frühzeitig erkennt und bannt
- ...wie man Mitarbeiter so einbindet, dass sie den Change mittragen
- ...wie man Führungskräfte und Mitarbeiter vom Change überzeugt, motiviert und führt
- ...wie man im Change-Prozess erfolgreich kommuniziert

### Seminarinhalte

- Change-Management Grundlagen und Voraussetzungen
- Phasen im Veränderungsprozess
- Modelle, Strategien und Tools
- Die häufigsten Fehler im Veränderungsprozess vermeiden
- Führen und kommunizieren in Veränderungsprozessen
- Change-Teams aufsetzen: Projektstreifen erkennen, überzeugen, motivieren und nutzen
- Umgang mit Krisen und Widerständen
- Organisation von Veränderungsprozessen
- Coaching von Führungskräften im Change-Prozess

## 2.17 Kommunikation mit dem Betriebsrat

Wege zur vertrauensvollen und konstruktiven Zusammenarbeit!

Die richtige Kommunikation mit dem Betriebsrat ist besonders wichtig, um die betriebliche Zusammenarbeit nicht zu gefährden. Doch wie reagieren Sie, wenn die Kommunikation mit dem Betriebsrat in der Sackgasse steckt? Fehlen Ihnen manchmal die richtigen Worte, Themen und Methoden, um Ihren Betriebsrat zielorientiert einzubinden?

### Seminarziel

Sie erfahren, wie Sie Ihren Betriebsrat zielorientiert einbinden. Sie erhalten Anregungen für einen vertrauensvollen und konstruktiven Umgang mit Ihrem Betriebsrat. Dabei ist offene Kommunikation ebenso wichtig wie das Verständnis für die Konflikte des Betriebsrats bzw. mit dem Betriebsrat.

### Seminarinhalte

- Aufgaben und Kompetenzen des Betriebsrates
- Gesprächstaktik und erfolgreiche Kommunikation mit dem Betriebsrat
- Zielorientierte Einbindung des Betriebsrates
- Wie Sie Ihren Betriebsrat typisieren und darauf Ihre Kommunikation aufbauen
- Moderation vom Interessengegensatz zum gemeinsamen Handeln
- Lösen kommunikativer Blockaden
- Reflektion typischer Situationen aus der Praxis

### Zielgruppe

Führungskräfte und Mitarbeiter aus Personalabteilungen

### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Leitfäden und Gesprächshilfen, hoher interaktiver Charakter, Einzel- und Gruppenübungen

### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr



„Wir arbeiten seit vielen Jahren sehr erfolgreich mit Milz & Comp. in Trainings und Schulungen zusammen. In dieser Zeit hat unser Unternehmen eine sehr erfreuliche Entwicklung genommen.“

*Lyne Hélène Bouchard,  
Sales & Marketing Director, Louvrette GmbH*

Box 02 | Führung

## 2.18 Business Knigge

### Stil und Umgangsformen als Erfolgsfaktoren!

Wer möchte nicht stets einen perfekten Eindruck hinterlassen? Finden Sie in diesem Seminar die Antwort auf die Frage, mit welchen Mitteln Sie Ihr Auftreten nachhaltig positiv gestalten können. Sie erlangen Sicherheit und erfahren, wie es Ihnen gelingt die verschiedensten Situationen, ob bei Geschäftsessen, offiziellen Anlässen oder Messeauftritten, souverän zu meistern. Denn Umgangsformen und Etikette sind Erfolgsfaktoren!

#### Seminarziel

Die Teilnehmer finden hier Antworten auf die Frage, mit welchen Mitteln sie ihre Eigenpräsentation optimal gestalten können. Das Seminar gibt die Sicherheit, in verschiedenen nationalen wie teilweise internationalen Situationen einen perfekten Eindruck zu hinterlassen.

#### Seminarinhalte

- Moderne Umgangsformen als Erfolgsstrategie
- Image steigern durch die richtige Kleidung – Dresscodes
- Stilvolle Begrüßung, Verabschiedung und Vorstellung
- Korrekte Weiterleitung von Kunden
- Der gepflegte Small-Talk
- Wichtiges rund um das Geschäftsessen
- Der stilvolle Gastgeber – worauf es ankommt
- Der korrekte Umgang mit modernen Kommunikationsmitteln
- Kulturelle Besonderheiten

---

#### Zielgruppe

Führungskräfte und Mitarbeiter mit Kundenkontakt

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Expertenvortrag, Fallbeispiele, Einzel- und Gruppenübungen, Leitfäden für den Berufsalltag

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

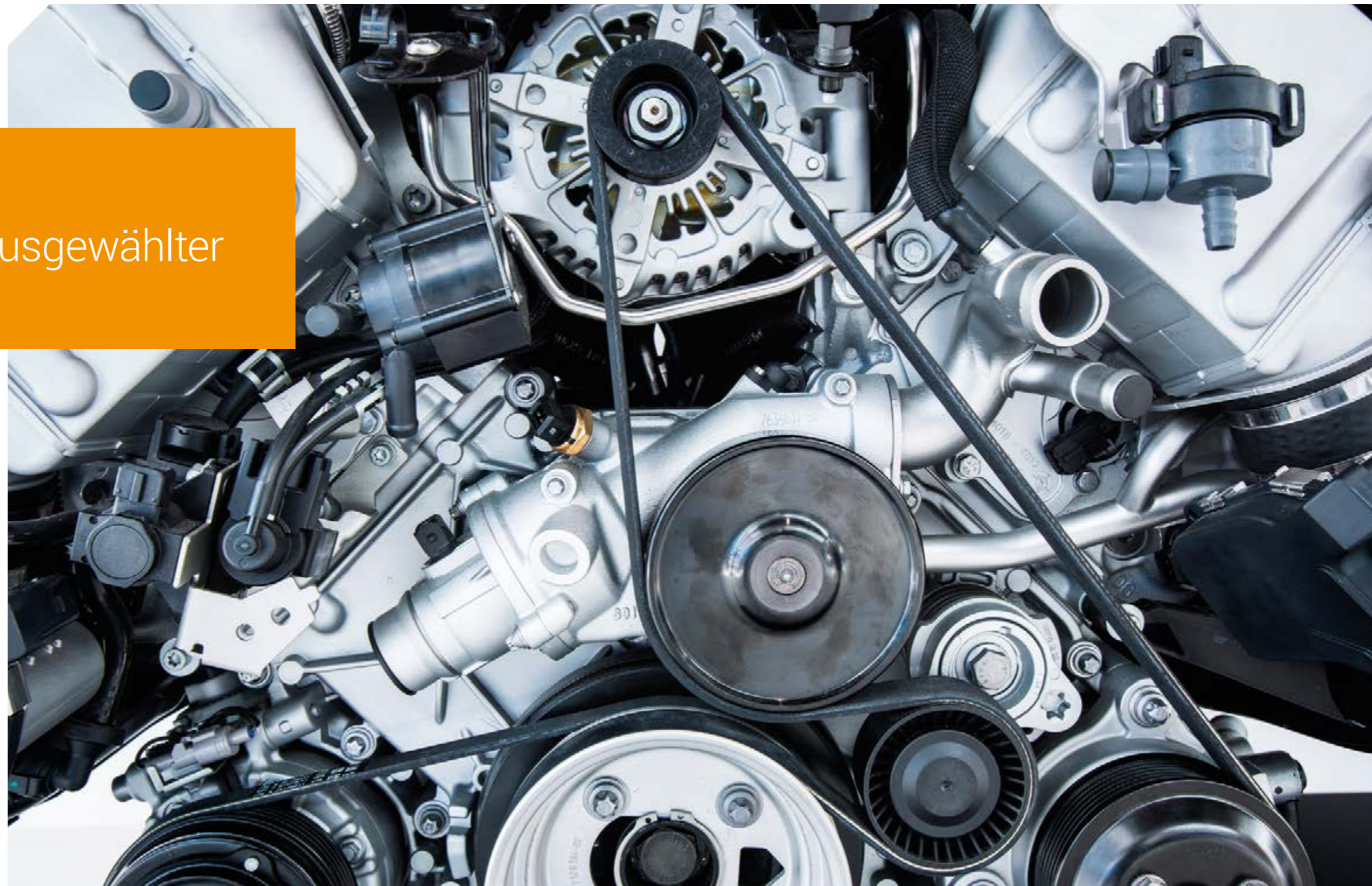
---

Ergebnis: **kraftvoll.**  
Durchstarten dank ausgewählter  
Werkzeuge.



„Lieber Herr Milz, ich bin durch Ihre Art der Moderation jederzeit mitgenommen worden. Sie haben damit nicht nur einen offenen und ehrlichen Erfahrungsaustausch erreicht, sondern auch, dass meine Verkaufsmannschaft mit neuem Elan, Methoden und Techniken richtig durchstartet!“

Holger Manske  
Geschäftsführer Marketing & Vertrieb, Erfurt & Sohn KG







Box 03

## Neukundenakquise



### Nutzen & Ergebnisse

Jedes Unternehmen muss neue Kunden gewinnen. Einerseits geht es dabei um die Frage: „Was tun Sie, damit Kunden zu Ihnen finden?“ z.B. über Marketing und Werbung, im Internet und über die Kanäle der Pressearbeit. Den wenigsten reichen aber Empfehlungen und Anfragen, die nur reaktiv bearbeitet werden müssen. Für alle anderen ist die aktive Neukundenakquise eine Kernaufgaben des Vertrieb. Und eine der größten Herausforderungen. Gerade die Gewinnung neuer Kunden hat dabei sehr viel mit Handwerkskunst zu tun. Ein erfolgreicher Verkäufer hat gelernt, welche Kundengruppen Potentiale und Chancen bieten. Er weiß, auf welchen Wegen er zu Terminen mit Entscheidern kommt und er kennt die Instrumente und Fragetechniken, um am Telefon oder vor Ort einen guten Eindruck zu hinterlassen.

### Tools / Seminare innerhalb dieser Box

3.1	Marktforschung im Mittelstand .....	82
3.2	Kommunikationsmanagement als Wert- und Absatztreiber .....	83
3.3	Unternehmensimage und -identität .....	84
3.4	Produkt- und Markenmanagement .....	85
3.5	Erfolgreich werben .....	86
3.6	Geheimnisse des Online-Marketings .....	87
3.7	Social Media optimal nutzen .....	88
3.8	Sales Automation .....	89
3.9	Crashkurs professionelle Pressearbeit .....	90
3.10	Ihr perfekter Messeauftritt .....	91
3.11	Potenzialkunden finden .....	92
3.12	Neue A-Kunden gewinnen .....	93
3.13	Fit für die Telefonakquise .....	94
3.14	Erfolgsfaktoren im internationalen Vertrieb .....	95

## 3.1 Marktforschung im Mittelstand

### Heute schon mehr über morgen wissen!

„Wenn ich die Menschen gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt schnellere Pferde“, hat Henry Ford einmal geäußert. Auf ein Automobil hätte ihn kein Kunde hingewiesen. Dennoch: den Kunden kennen, seine Bedürfnisse, Wünsche und Probleme verstehen – all das sind Kernvoraussetzungen für erfolgreiche und wachsende Unternehmen. Gepaart mit den passenden Analyse-Werkzeugen für die richtige Interpretation.

#### Zielgruppe

Geschäftsleitung, Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen der Abteilungen Marketing, Vertrieb, Kommunikation

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Experten-Input, Praxisübungen, Wirksamkeitsanalyse

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

Um die allgemeinen Interessen und Vorlieben der Zielgruppe zu kennen – und Marketing- und Vertriebsstrategien daran anzupassen – ist es notwendig, die Zielmärkte zu erforschen. Dem Sammeln, Sortieren und Interpretieren der Daten aus dem Vertrieb, aber auch anderer Quellen, kommt dabei eine Schlüsselrolle zu. Anhand von Beispielen und Übungen werden dem Teilnehmer dieses Seminars die Vor- und Nachteile verschiedener Marktforschungstechniken erklärt. Welche Instrumente kommen im Mittelstand zum Tragen? In welchen „kleineren“ Analysen verstecken sich wichtige Erkenntnisse?

#### Seminarinhalte

- Ermittlung des Marktforschungsbedarfs
- Datenquellen im eigenen Unternehmen
- Identifikation und Verwertung der vorhandenen Marktinformationen
- Online Marktforschung
- Eigene Marktanalysen und Befragungen vs. externe Dienstleister
- Labor vs. Feldexperiment
- Befragung vs. Beobachtung
- Validitätskontrolle

## 3.2 Kommunikationsmanagement als Wert- und Absatztreiber

### Nur wer gesät hat, wird ernten!

In kaum einem Bereich der Wirtschaft klafft eine größere Lücke zwischen Anspruch und Umsetzung wie in der Unternehmenskommunikation. Die Anforderungen an eine agile Kommunikationslandschaft können herkömmliche Instrumente immer weniger leisten: Produkte und Leistungen müssen an die individuellen Bedürfnisse der Kunden angepasst werden, die Echtzeit-Wissensgesellschaft verlangt ständige Transparenz, Kundenbeziehungen sollen zu Quellen strategischer Wettbewerbsvorteile werden.

#### Seminarziel

Um diese Herausforderungen zu meistern, muss sich das klassische Kommunikationsmanagement Stück für Stück transformieren: Vom Monolog zum Dialog, vom „Top-Down“ zur Hyperintelligenz der Gruppe. Kommunikationsarbeit bezieht heute alle Mitarbeitenden mit ein, nicht nur die einzelnen Fachabteilungen. Die richtige Haltung und das richtige Verständnis von Kommunikation bei jedem Einzelnen werden hier zur Stellschraube. Sie erreichen in diesem Seminar gleich mehrere Ziele:

- Sie erlernen ein zeitgemäßes Verständnis von Kommunikation, das Sie befähigt, mit dynamischen kommunikativen Prozessen zukünftig wertschöpfender umzugehen
- Sie erfahren praxisnah, wie Kommunikation wirklich hilft, Unternehmensziele zu erreichen
- Sie werden lernen, wie bspw. Glaubwürdigkeit als Voraussetzung der Reputation kommunikativ erzeugt werden kann

#### Seminarinhalte

- Kommunikation im Wandel – die steigende informelle Macht der Kommunikation
  - Kommunikationskanäle und -aktivitäten, denen steigende Bedeutung zukommt
  - Die neue Rolle der Kommunikation – Anforderungen, Notwendigkeiten, Wege
- (Sich) Verstehen
  - Die Kluft zwischen offizieller und gelebter Kommunikation im Unternehmen
  - Grundlagen der Kommunikation weitergedacht – Hinter die Worte geschaut!
- Zum Kommunizieren befähigen
  - Neue Kanäle optimal einsetzen, klassische und neue Medien wirkungsvoll kombinieren
  - Was Feedbacksysteme können: Insights für die Kundengewinnung und -bindung
- Die Hyperintelligenz von Gruppen für die Unternehmenskommunikation nutzen
  - Starke Texte und überzeugende Gespräche entstehen nicht „von oben“
  - Zeichen erkennen, Haltung zeigen
- Praxisbox: Insights direkt umsetzen

#### Zielgruppe

Geschäftsleitung, Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen der Abteilungen Marketing, Vertrieb, Kommunikation

#### Lehr- und Lernmittel

Inspirationsvorträge mit zahlreichen Best Practice-Beispielen, Gruppendiskussionen, Einzel- und Gruppenarbeit, Praxistransfer für Ihren beruflichen Alltag

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

## 3.3 Unternehmensimage und -identität

### Bestimmen Sie selbst, wie Ihr Unternehmen gesehen wird!

Wettbewerbsvorteile und hohe Wachstumsraten lassen sich nicht mehr alleine durch gute Produkte und einen ausgezeichneten Kundenservice generieren. Um sich von seinen Mitbewerbern abzugrenzen und vom Kunden wahrgenommen zu werden, stellt das Image und dessen Penetration sowie die Unternehmensidentität jeder Organisation einen immer wichtiger werdender Faktor dar. Nicht zuletzt für den inneren Zusammenhalt Ihrer Organisation.

**Zielgruppe**  
Unternehmer, Geschäftsführer,  
Bereichs- oder Funktionsleiter

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen,  
Expertenvortrag, Fallbeispiele,  
Gruppendiskussion, Erfahrungsaustausch

**Dauer**  
1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

In diesem Seminar wird der Wert einer konsistenten Darstellung der Unternehmenspositionierung vermittelt. Die Teilnehmer lernen die Unternehmensphilosophie in eine einheitliche Corporate Identity und deren Bestandteile (Corporate Design, Corporate Behavior, ...) zu übersetzen. Darüber hinaus werden Bedarf und Nutzen sowie die wichtigsten Instrumente zur Optimierung des Unternehmensimage vorgestellt.

#### Seminarinhalte

- Wert der Unternehmensphilosophie und -vision
- Entwicklung Corporate Mission
- Entwicklung Corporate Branding
- Aufbau Corporate Identity (CI)
  - Corporate Design (CD)
  - Corporate Behavior
  - Corporate Communication
  - Corporate Language
  - Corporate Wording
  - Corporate Claim (CC)

## 3.4 Produkt- und Markenmanagement

### Raus aus der Austauschbarkeit! Setzen Sie Visionen in erlebbare Markenwerte um.

Unternehmen stehen heute mehr denn je unter Druck, über Produkte und Service hinaus den „Reason-to-Believe“ zu kommunizieren. Der Königsweg dafür ist die Marke. Heutiges Markenmanagement verlangt viel, um starke Marken aufzubauen und in ihrer Wertschöpfung stetig zu fördern. Die gängigen Marketinginstrumente stehen hilflos den ständig neuen Versprechen und Produktentwicklungen der Wettbewerber, Vertrauenskrisen am Markt sowie der Schnelllebigkeit und Austauschbarkeit von Botschaften gegenüber.

#### Seminarziel

In diesem Seminar lernen Sie den grundlegenden Einstieg in ein Markenverständnis und Markenmanagement, das Ihr Unternehmen für Einkäufer und andere Anspruchsgruppen unvergleichlich werden lässt. Sie werden Alleinstellungsmerkmale Ihres Unternehmens neu entdecken und umsetzen können!

Die weiteren Seminarziele:

- Sie erhalten tiefe Einsichten in brennende Fragen des heutigen Markenmanagements
- Sie werden kritischer und damit effektiver im täglichen Umgang mit klassischen Brandingmethoden.
- Sie schauen „über den Tellerrand“ und kennen wirksame und täglich einsetzbare Alternativen, um Markenwerte zu fördern
- Sie erhalten frische Insights, wie Alleinstellungsmerkmale direkt erarbeitet und umgesetzt werden können

#### Seminarinhalte

- Zahllose Markenführungsansätze: Werden Sie zum Experten Ihrer eigenen Marke.
  - Rundgang durch die Welt des Markenmanagements
  - Ein neuer Blick eröffnet neue Horizonte auf die Marke
- Kern der Einzigartigkeit: Was Marken stark macht.
  - Was die Abgrenzung vom Wettbewerb wirklich verlangt
  - Markenkern-Konzeptionen kennen und anwenden lernen
- Weg zur einzigartigen Marke: Wie Sie Ihre Wettbewerber dauerhaft auf Distanz halten
  - Eigene Marktforschung im Unternehmen betreiben – Kundeninsights als Treiber Ihrer Marke
  - Welche Trends und Entwicklungen (Social Media, E-Commerce usw.) Ihr Unternehmen wirklich nutzen sollte – und welche nicht.
- Praxisbox: Insights direkt umsetzen

**Zielgruppe**  
Unternehmer, Geschäftsführer,  
Produkt-, Marketing- und Markenmanager,  
Vertriebsleiter, Führungsnachwuchs mit Marken- und Marketingaufgaben

**Lehr- und Lernmittel**  
Inspirationsvorträge mit zahlreichen Best Practice-Beispielen,  
Gruppendiskussionen, Einzel- und Gruppenarbeit,  
Praxistransfer für Ihren beruflichen Alltag

**Dauer**  
2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

## 3.5 Erfolgreich werben

### Großer Erfolg mit kleinen Mitteln!

Gefunden werden. Aufmerksamkeit in der Zielgruppe mit kleinem Budget. Feste Verankerung als relevanter Anbieter in den Köpfen der potentiellen Kunden. Kontinuierlicher Eingang von Anfragen ohne eigene Akquise-Anstrengungen. Das sind die Ziele der Werbung gerade im Mittelstand. Die Schwierigkeit: dies auch ohne Fernsehwerbung zu erreichen.

---

#### Zielgruppe

Geschäftsleitung, Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen der Abteilungen Marketing, Vertrieb, Kommunikation

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Expertenvortrag, Fallbeispiele, Praxistransfer für Ihren beruflichen Alltag, Erfahrungsaustausch

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

In diesem Seminar werden verschiedene Aspekte zum Thema Werbung erörtert und diskutiert. Der Teilnehmer lernt die richtigen Zielgruppen, Kanäle und Instrumente für die optimale Marketingstrategie zu wählen und zu gestalten. Daneben werden Maßnahmen zur Messung der Werbe- und Marketingeffizienz gemeinsam erarbeitet.

#### Seminarinhalte

- Werbestrategie
  - Werbeplanung/ Auswahl Marketinginstrumente
  - Etatplanung
  - Auswahl/ Abgrenzung Zielgruppe
- Crossmediales Marketing
- Marketingcontrolling
- Werbetricks der Profis
- Werbepsychologie
- Zusammenarbeit mit Agenturen

## 3.6 Geheimnisse des Online-Marketings

### Nutzen Sie die Macht des Internets!

Das Internet ist in jeder Branche bei jedem Kunden ein ständig genutztes Informationsmedium. Noch bevor Gespräche mit Produzenten oder Dienstleister starten, suchen die Entscheider Informationen im World Wide Web und bilden sich eine erste Meinung – häufig entscheidet sich bereits auf dieser Basis wer überhaupt als Lieferant in Betracht kommt.

---

#### Seminarziel

Bestimmen Sie selbst, wie Sie im Internet gesehen werden. Dieses Seminar gibt einen ganzheitlichen Überblick über die Möglichkeiten und einzelnen Kanäle im Web. Neben der Sichtbarkeit Ihres Unternehmens im Internet über Suchmaschinen und Kampagnen werden Methoden und konkrete Maßnahmen aufgezeigt, um die Effizienz Ihrer Webpräsenz im Sinne der strategischen und operativen Ziele zu steigern.

#### Seminarinhalte

- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Suchmaschinenwerbung (SEA)
- Landing Page Optimierung
- Online-Marketinginstrumente
- Online Reputation Marketing
- B2B Marketing/ B2B Kampagnen und Portale
- Crossmedia (Print, Newsletter, Mobile)
- Social Media Marketing
- Web Analytics – Kennzahlen und Reportings

---

#### Zielgruppe

Geschäftsleitung, Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen der Abteilungen Marketing, Vertrieb, Kommunikation

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Expertenvortrag, Fallbeispiele, Praxistransfer für Ihren beruflichen Alltag

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 3.7 Social Media optimal nutzen

### Profitieren Sie von Facebook, XING und Co.!

Die voranschreitende Digitalisierung fordert auch von Unternehmen neue Strategien der Kommunikation und Selbstdarstellung. Derzeit sind in Deutschland über 25 Millionen Menschen in sozialen Netzwerken aktiv. Grund genug für viele Unternehmen, Social Media zu einer festen Säule im Kommunikationsmix aufzubauen. Richtig genutzt, bieten Facebook, Xing und Co. auch auf dem deutschen Markt einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

---

#### Zielgruppe

Geschäftsleitung, Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen der Abteilungen Marketing, Vertrieb, Kommunikation

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Experten-Input, Fallbeispiele, Praxistransfer für Ihren beruflichen Alltag, Erfahrungsaustausch

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

Social Media Applikationen bieten eine Vielzahl neuer Möglichkeiten um höhere Wachstumsraten zu erzielen, neue Kundengruppen zu erschließen oder sich in einem umkämpften Markt besser zu positionieren. Verschaffen Sie sich in diesem Seminar einen Überblick über Chance und Notwendigkeit für Ihr Unternehmen, aktiv am Social Web teilzunehmen. Lernen Sie die diversen Möglichkeiten sowie ihre Vor- und Nachteile kennen. Denn letztlich geht es darum, die verschiedenen Instrumente und deren Nutzen zu bewerten und gewinnbringend einzusetzen.

#### Seminarinhalte

- Welche Rolle spielen Facebook und Co.?
- Social Media Präsenz von Unternehmen und Mitarbeitern – was müssen Sie beachten?
- Facebook-Funktionen: Pinnwand, Facebook Places, Reiter und Apps
- Was macht Facebook attraktiv für mein Unternehmen? Strategien und Ziele
- Nutzung von XING als Vertriebsinstrument
- Video-Marketing via Youtube
- Do's & Don'ts für Corporate Apps
- Nutzen und Tools für Social Media Monitoring
- Was Social Media für Ihre Website leistet

## 3.8 Sales Automation

### Der Vertrieb ist tot – es lebe der Vertrieb.

Versuchen Ihre Vertriebsmitarbeiter noch aufwändig Leads zu generieren, indem sie Kalt- oder Telefonakquise betreiben, durch Industriegebiete fahren oder mit Hilfe von Google neue potenzielle Kunden ermitteln? Um diesen dann Besuchstermine zu „verkaufen“? Dann schnuppern Sie doch einmal ins 21. Jahrhundert hinein.

---

#### Seminarziel

Contentmanagement, BLOGS, XING oder LinkedIn sowie entsprechende Plug-Ins und automatische Agenten machen Kontaktgenerierung „wie früher“ in „Handarbeit“ nicht mehr länger notwendig. In dieser Veranstaltung zeigen wir Ihnen im Überblick, welche Möglichkeiten der automatisierten Lead-Generierung Ihnen „Marketing-Automation“, so der alternative Titel, existieren und für Ihr Business, Ihre Branche „passen“.

#### Seminarinhalte

- Lead Management zur Generierung und Qualifizierung von Kontakten
- Das Verhältnis von Offline und Online-Kanälen: Vorteil im digitalen Marketing
- Prozesse, Kommunikation, Werkzeuge und Methodik im Lead-Management
- Digitale Marketingkampagnen effizient planen, umsetzen und messen
- Kanäle und Plattformen
- Einführung von Persona-Konzepten
- Content als Treiber und Notwendigkeit von Relevanz
- Einbeziehung von Bildern, Videos und Animation
- Marketing Automation & Lead Management im Zusammenspiel mit CRM
- Auswirkungen von Marketing Automation auf den Ablauf von Marketing Kampagnen und Prozessen

---

#### Zielgruppe

Geschäftsleitung, Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen der Abteilungen Marketing, Vertrieb, Kommunikation

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Experten-Input, Fallbeispiele, Praxistransfer für Ihren beruflichen Alltag, Erfahrungsaustausch

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 3.9 Crashkurs professionelle Pressearbeit

### Machen Sie die Presse zu Ihrem Freund!

In der Presse und Öffentlichkeit positiv wahrgenommen zu werden, ohne einen Euro in Werbung zu investieren. Führen Sie sich vor Augen, was die „Presse“ alles für Sie tun kann. Neben dem Aufbau eines positiven Images und der Erhöhung Ihres Bekanntheitsgrades, erschließen Sie zusätzlich neue Interessen- und Kundengruppen und schaffen hierdurch Kaufimpulse. Doch hierfür muss die Pressearbeit aktiv gestaltet werden.

---

**Zielgruppe**  
Geschäftsleitung, Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen der Abteilungen Marketing, Vertrieb, Kommunikation

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen, Expertenvortrag, Fallbeispiele, Praxistransfer für Ihren beruflichen Alltag, Erfahrungsaustausch

**Dauer**  
1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

Pressemitteilungen müssen so verfasst sein, dass die Nachricht nicht im Rauschen täglich neuer Informationen untergeht. Vielmehr sollen mit gesetzten Aktivitäten eine möglichst hohe und positive Wahrnehmung des Unternehmens in der Öffentlichkeit z. B. bei Kunden, Lieferanten und Aktionären erzeugt werden. In diesem Intensiv-Seminar erhalten die Teilnehmer umfassendes Wissen über PR-Instrumente und PR-Strategien und lernen diese im Alltag erfolgreich und ganzheitlich anzuwenden.

#### Seminarinhalte

- PR im Marketingmix – Nutzen für den Mittelstand
- PR-Check für Ihr Unternehmen
- PR-Strategie entwickeln
- Zielgruppen und Botschaften
- Mögliche PR-Maßnahmen
- PR-Kampagnenmanagement
- Interne Kommunikation
- Nutzenkontrolle
- Low-Budget PR

## 3.10 Ihr perfekter Messeauftritt

### Messen professionell vorbereiten, durchführen, nachbereiten!

Trotz vieler neuer Vertriebswege haben Messen als Marketinginstrumente nicht an Bedeutung verloren. Nirgendwo sonst trifft man auf eine so hohe Dichte an relevanten Entscheidern. Jedoch nützt der schönste, größte und auffälligste Messestand nichts, wenn er aufgrund schlechter Vorbereitung an einer ungünstigen Stelle steht, das Personal nicht richtig geschult wurde oder wenn die geschlossenen Kontakte im Nachgang an die Messe nicht richtig bearbeitet werden und im schlimmsten Fall verloren gehen.

#### Seminarziel

Dieses Seminar hilft Ihnen Ihre Messeauftritte in Zukunft optimal vorzubereiten, durchzuführen und nachzubereiten. Um möglichst viele Aufträge durch Ihren Messeauftritt zu generieren, wird der Messeauftritt genau strukturiert und geplant. Der Teilnehmer lernt, sich und das Unternehmen auf der Messe optimal zu präsentieren. Darüber hinaus entwickeln die Teilnehmer Ideen Besucher an Ihren Stand zu „locken“ und so neue Kunden zu gewinnen oder bestehende Kunden aufs Neue für das Unternehmen zu begeistern.

#### Seminarinhalte

- Effektive Messevor- und -nachbereitung
- Exaktes Messe-Timing
- Messe-Check-Up
- Überwinden von Kontakt-Hürden
- Aufbau von Gesprächsleitfäden
- Gesprächssimulation und -analyse
- Verbale und nonverbale Kommunikation als Erfolgsfaktor
- Messegespräche effektiv nachbereiten

---

**Zielgruppe**  
Mitarbeiter im Vertrieb, Messe-Standpersonal

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen, Expertenvortrag, Fallbeispiele, Praxistransfer für Ihren beruflichen Alltag

**Dauer**  
1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 3.11 Potenzialkunden finden

### So identifizieren Sie neue Kunden!

Als Vertriebler sollten sie kontinuierlich neue Kunden und Interessenten ansprechen – aber auch die Richtigen! Ein Abtelefonieren der Gelben Seiten ist aufwendig – und selten erfolgreich. Vielmehr gilt es, die Zeit im Verkauf sinnvoll einzuteilen. Sowohl im Innen- wie im Außendienst heißt das, Kunden mit Potential zu identifizieren, gezielt anzusprechen und für das eigene Unternehmen zu gewinnen.

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- /  
außendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen,  
interaktiver Charakter mit hohem  
Übungsanteil, Einzel- und Gruppen-  
übungen, Experten-Input

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

Die richtigen Kunden zu identifizieren ist eine der großen Herausforderungen in der (Neu-)Kundenakquise. Die dafür notwendigen Methoden, Datenbanken, Portale und Techniken sind die wesentlichen Inhalte dieses Seminars. Als Teilnehmer lernen Sie die effektivsten Techniken kennen, um potenzialhaltige Kunden zu finden und anzusprechen und letztendlich als Bestandskunden zu gewinnen.

#### Seminarinhalte

- Kundensegmentierung und Ableitungen für die Akquise
- Identifikation von Potenzialkunden
- Make-or-buy: Was Dienstleister und Datenbanken leisten
- Lead-Generation-Konzepte
- Konkrete Vorschläge für systematische Kundensuche
- Vertriebstrichter

## 3.12 Neue A-Kunden gewinnen

### Stärken Sie Ihre Akquisekompetenz!

Viele der erfolgreichsten Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass sie kontinuierlich neue „Großkunden“ gewinnen. Auch in Zeiten einer stabilen Anfragesituation regelmäßig neue Kontakte geschaffen, denn beständig A-Kunden zu gewinnen ist ein wichtiger Baustein für den Vertriebs- und damit auch für den Unternehmenserfolg.

---

#### Seminarziel

Optimieren Sie Ihre Neukundenakquise! Lernen Sie die effektivsten Methoden zur Neukundengewinnung kennen und finden Sie heraus, welche Wege der Akquise zu Ihnen und zum eigenen Unternehmen passen. In diesem Seminar erarbeiten Sie einen klaren, nachvollziehbaren Leitfaden, den Sie bereits am nächsten Tag in die Praxis umsetzen können!

#### Seminarinhalte

- Methoden der Kundenidentifikation
- Techniken zur Gewinnung von Neukunden
- Ansprechpartner identifizieren und richtig ansprechen
- Optimierung der Akquisekompetenz am Telefon
- Techniken der Einwandbehandlung
- Wettbewerbskunden akquirieren
- Vorbereitung von Kundenbesuchen
- Medienmarketing, Beziehungs-Marketing, Telefonmarketing

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- /  
-außendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen,  
Leitfäden und Gesprächshilfen,  
hoher interaktiver Charakter mit  
großem Übungsanteil, Einzel- und  
Gruppenübungen

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 3.13 Fit für die Telefonakquise

### Das „Bei Anruf Erfolg“-Training!

Viele Firmen nutzen heutzutage das Telefon als Akquise-Instrument. Es ist selbstverständlich – und damit teilweise auch „nervtötend“ geworden, dass Unternehmen von einer Vielzahl verschiedener Anbieter per Telefon angesprochen werden. Sie möchten wissen, wie Sie das Kontaktmedium Nr. 1 professionell einsetzen, um zu mehr Neukundenterminen und -abschlüssen zu gelangen?

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- / -außendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Leitfäden und Gesprächshilfen, hoher interaktiver Charakter mit großem Übungsanteil, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

Keine Hemmungen mehr vor dem Telefon! Lernen Sie im Seminar, sich optimal auf Anrufe vorzubereiten. Ein individuell auf Ihre Bedürfnisse abgestimmter Gesprächsleitfaden ermöglicht es Ihnen, das Gelernte sofort in Ihrer täglichen Praxis umzusetzen. Nachweislich erfolgreiche Formulierungen werden ebenso intensiv geübt wie die Bedeutung der Tonlage und Stimme für ein erfolgreiches Akquisitionstelefonat – unabhängig davon, ob Sie Produkte, Services oder Termine am Telefon verkaufen möchten.

#### Seminarinhalte

- Gesprächsvorbereitung und Gesprächsaufbau
- Stimme = Stimmung, Grundlagen Verkaufspsychologie
- Die Kommunikation der Telefonprofis
- Die professionelle Gesprächseröffnung
- So kommen Sie zum Entscheider:
- Wie Sie Telefonzentrale + Sekretariat erfolgreich überwinden
- Die Kunst, in den ersten Sekunden beim Entscheider Interesse zu wecken
- Souveräner Umgang mit Kundeneinwänden
- Die Kür: Termine qualifizieren

## 3.14 Erfolgsfaktoren im internationalen Vertrieb

### Wachsen Sie über Ihre Grenzen hinaus!

Die internationalen Wirtschaftsbeziehungen beeinflussen die unternehmerischen Aktivitäten in nie da gewesenem Ausmaß. Gerade für den Mittelstand ist dies Chance und Risiko zugleich. Was ist seitens des mittelständischen Unternehmers zu tun, um sich, seine Mitarbeiter und sein Unternehmen auf diese internationalen Anforderungen auszurichten?

#### Seminarziel

Unterschiedliche Kulturen und weite Entfernungen erfordern passende Strategien, Systeme und Strukturen. Ein klares internationales Konzept und eine nachhaltige Umsetzung sind die entscheidenden Faktoren für den Geschäftserfolg und das zukünftige Wachstum. In diesem Praxis-Seminar werden die 10 Erfolgsfaktoren für eine systematische Auslandsmarkterschließung und für eine ergebnisorientierte Marktbearbeitung vermittelt.

#### Seminarinhalte

- SWOT-Analyse Auslandsgeschäft
- Zielsetzung Export – Was? Wo? Wie?
- Innerbetriebliche Voraussetzungen
- Richtige Länderwahl – Chancen erkennen
- Einstiegsmärkte definieren
- Notwendige Produktpassung erkennen
- Vertriebswege auswählen und aufbauen
- Anforderungen an die Vertragsgestaltung
- Marketingmaßnahmen im Ausland
- Absatz- und Erfolgsplanung realisieren

#### Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte in internationalen Unternehmen, Vertriebsmitarbeiter mit internationalen Aufgaben

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Präsentation, Praxisnahe Fallbeispiele / Gruppenarbeit, Diskussion / Erfahrungsaustausch der Teilnehmer

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr



Ergebnis: **passgenau.**  
Meisterliche Arbeit dank  
perfektem Werkzeug.



„Ihre Tools haben unser Unternehmen in Sachen Marketing und Vertrieb deutlich nach vorne gebracht. Unsere Vertriebsstrategie erfuhr durch neue Impulse eine passgenauere Ausrichtung. Seit der Seminarbelegung durch insgesamt 25 Mitarbeiter sind deutliche und messbare Vertriebsserfolge in den Bereichen Neukundengewinnung und Bestandskundenbindung erkennbar. Die erfolgreiche Neuausrichtung unseres Unternehmens wurde quasi ins Tagesgeschäft integriert.“

Udo Jakobs  
Geschäftsführer, Junkers & Müllers GmbH





Box 04

# Kundenbeziehungsmanagement



## Nutzen & Ergebnisse

„Die Welt ist voller zufriedener Kunden – die täglich ihren Lieferanten wechseln.“ Für viele Unternehmen ist die aktive Gestaltung der Kundenbeziehung die Basis für langfristiges Wachstum. Bestehende Kunden an das Unternehmen zu binden ist einfacher und weniger kostenintensiv als neue Kunden zu gewinnen. Umso wichtiger ist eine aktive Gestaltung der Kundenbeziehung. Dabei sind Themen wie Kundenbindung, -entwicklung und Beschwerdemanagement von höchster Bedeutung. Welche Kunden sind heute besonders wichtig? Welche werden es morgen sein? Wie erfahren, erfassen und bewerten wir die Potentiale von Bestandskunden? Und wie bauen wir unseren Produkt- und Lieferanteil kontinuierlich aus und binden Groß-Kunden langfristig an unser Unternehmen?

## Tools / Seminare innerhalb dieser Box

4.1	Kundenbeziehungsmanagement .....	100
4.2	Erfolgreiches Key Account Management .....	101
4.3	Aktives Empfehlungsmarketing .....	102
4.4	Professioneller Umgang mit Kunden am Telefon ..	103
4.5	Beschwerdemanagement .....	104
4.6	Umgang mit schwierigen Kunden .....	105

## 4.1 Kundenbeziehungsmanagement

### So managen Sie Ihre Kundenbeziehungen noch erfolgreicher!

Bestehende Kunden an das Unternehmen zu binden ist einfacher und weniger kostenintensiv als neue Kunden zu gewinnen. Umso wichtiger ist eine aktive Gestaltung der Kundenbeziehung. Dabei sind Themen wie Kundenbindung, -entwicklung und Beschwerdemanagement von höchster Bedeutung. Welche Kunden sind heute besonders wichtig? Welche werden es morgen sein? Wie erfahren, erfassen und bewerten wir die Potentiale von Bestandskunden? Und wie bauen wir unseren Produkt- und Lieferanteil kontinuierlich aus?

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsaußendienst, Kundendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, hoher interaktiver Charakter mit großem Übungsanteil, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

In diesem Seminar erfahren Sie, wie Sie Ihre Kundenbeziehungen optimal managen und Ihre Bestandskunden nicht nur zufriedenstellen sondern begeistern, um kontinuierlich weitere Potentiale zu erschließen. Kritische Fragen, Checklisten und Anregungen aus der Praxis unterstützen Sie bei der effizienten Kundenbindung. Machen Sie aus zufriedenen Kunden loyale, begeisterte Kunden und aktive Weiterempfeher!

#### Seminarinhalte

- Kundenzufriedenheit alleine reicht nicht
- Wie begeistere ich meine Kunden?
- Kundenwert und -segmentierung
- Identifikation von Cross- und Up-Selling-Potentiale
- Kundenbindung und -durchdringen
- Wie gewinne ich verlorene Kunden zurück?
- Wie gehe ich mit Beschwerden um?

## 4.2 Erfolgreiches Key Account Management

### Nutzen Sie den Schlüssel zum Erfolg!

Großkunden, Schlüsselkunden oder Key Accounts haben eine herausragende Bedeutung für den Unternehmenserfolg – und sind gleichzeitig die Kunden mit besonderen Anforderungen und Wünschen. Der Verlust eines Key Accounts hat für beinahe jedes Unternehmen existentielle Konsequenzen. Ganz entscheidend für die optimale Betreuung dieser Kundengruppe ist daher die Kompetenz der verantwortlichen Vertriebsmitarbeiter bzw. der Key Account Manager.

---

#### Seminarziel

Häufig werden lange Kundenbeziehungen mit stabilen und profitablen Kundenbeziehungen gleichgesetzt. Dabei ist es wichtig, gerade die Schlüssel- bzw. Hauptkunden besonders gut zu betreuen. Der Teilnehmer lernt in diesem Seminar die wichtigsten Anforderungen und Aufgaben eines Key Account Managers und die entsprechenden Techniken und Tools für eine erfolgreiche Analyse und Betreuung von Schlüsselkunden kennen.

#### Seminarinhalte

- Anforderungen des Key Account Managements im Wandel der Zeit
- Betreuung und Bindung von Schlüsselkunden
- Potenzialanalyse des Key Accounts
- Strategien im Key Account Management
- Cross-Up-Selling bei Schlüsselkunden
- Identifikation von Entscheidungsstrukturen im Key Account
- Werkzeuge des Key Account Vertriebs

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsaußendienst, Kundendienst, Key Account Manager

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Checklisten und Tools für die Großkunden-Betreuung, hoher Übungsanteil in Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 4.3 Aktives Empfehlungsmarketing

### Mit Empfehlungsmarketing blitzschnell zu neuen Kunden!

Würden auch Sie gerne regelmäßig neue Kunden gewinnen? Einfach, effektiv und ohne kostenintensives Marketing? Dann binden Sie doch einfach Ihre zufriedenen Kunden in die Neukundengewinnung ein. Denn auch Empfehlungen lassen sich aktiv forcieren.

---

#### Zielgruppe

Geschäftsführer, Vertriebsleiter,  
Vertriebsaußendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen,  
praxisorientierte Übungen  
und Beispiele, Ausarbeitung von  
Gesprächsleitfäden im aktiven  
Empfehlungsmarketing, Einzel-  
und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

In diesem Intensiv-Seminar erfahren Sie alles über die Strategie mit den höchsten Erfolgsaussichten in der Neukundengewinnung: das Empfehlungsmarketing. Praxisorientierte Übungen helfen Ihnen dabei, diese höchst wirksame Strategie und die erlernten Tools sofort am nächsten Tag in Ihrer Verkaufspraxis umzusetzen – mit verblüffenden Erfolgen.  
Ihr Zusatznutzen: Sie erhalten noch Tipps, wie Sie das soziale Medium XING nutzen und mit aktivem Empfehlungsmarketing verbinden können.

#### Seminarinhalte

- Empfehlungsmarketing – der Königsweg zur Kundengewinnung
- Aktives und passives Empfehlungsmarketing
- Empfehlungsmarketing für Ihre tägliche Verkaufspraxis: Schritt-für-Schritt-Leitfaden
- Wie Sie Empfehlungen und Referenzen von Ihren Kunden erhalten – sofort
- So reagieren Sie souverän auf Kunden Einwände
- Wie Sie Empfehlungen telefonisch gewinnen und richtig nachfassen
- So können Sie Empfehlungsmarketing und XING wirkungsvoll miteinander kombinieren

## 4.4 Professioneller Umgang mit Kunden am Telefon

### Lassen Sie Ihre Kundenorientierung hören!

Fehlen Ihnen bei schwierigen Kundengesprächen am Telefon manchmal die Worte? Wäre ein besserer Umgang mit gestressten Kunden nicht wünschenswert? Ein professionelles Telefonat, führt zu höherer Zufriedenheit beim Kunden verbessert die Kundenbeziehung und sichert so den Umsatz. Verbessern Sie Ihren Kundenservice am Telefon und steigern Sie damit die Kundenzufriedenheit.

---

#### Seminarziel

Professioneller Umgang mit Kunden am Telefon bedeutet Kommunikation auf höchstem Niveau. Wir vermitteln Ihnen, wie Sie sich gegenüber Kunden professionell und kompetent am Telefon verhalten und worauf Sie achten müssen. In praxisnahen Übungen lernen Sie die effektivsten Methoden zur Gesprächsführung am Telefon kennen und anwenden.

#### Seminarinhalte

- Kompetente Weiterleitung von Kundenanfragen
- Kundenorientiertes Verhalten am Telefon
- Kommunikationspsychologie – Auf welche Dinge Sie besonders achten sollten!
- Handling gestresster Kunden
- Umgang mit Konflikten und Reklamationen am Telefon
- Ein Lächeln kann man hören!
- Gesprächsleitfäden für unterschiedliche Gesprächssituationen

---

#### Zielgruppe

Vertriebsaußendienst, Vertriebsinnendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen,  
Telefonleitfäden, hoher interaktiver  
Charakter mit großem Übungsanteil,  
Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 4.5 Beschwerdemanagement

### Nutzen Sie Beschwerden zur erfolgreichen Kundenbindung!

Beschwerden sind Chancen! Denn viele Kunden kaufen einfach wo anders, wenn sie unzufrieden sind. Umso wichtiger ist, dass alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt wissen, wie sie mit unzufriedenen Kunden und ihren Beschwerden umgehen. Kunden lassen sich sogar noch enger binden - wenn Ihre Beschwerden verstanden werden und zu spürbare Konsequenzen führen. Die Gründe für die Unzufriedenheit eines Kunden zu verstehen, angemessen zu reagieren und den Ärger aufzulösen, ist für jedes Unternehmen ein strategischer Vorteil.

---

#### Zielgruppe

Vertriebsaußendienst, Vertriebsinnendienst, Kundendienst, Mitarbeiter im Vertrieb

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, hoher interaktiver Charakter mit großem Übungsanteil, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

Das Seminar konzentriert sich auf alle kritischen Situationen im Umgang mit unzufriedenen Kunden. Die Teilnehmer werden mit konkreten Tipps und Verhaltensweisen vertraut gemacht, die sofort in der Praxis anwendbar sind. Die Beschwerde der Kunden wird als konkrete Chance zur Kundenbindung erkannt und zur Steigerung der Kundenzufriedenheit genutzt.

#### Seminarinhalte

- Bedeutung von Konflikten
- Beschwerden nutzen, um Kunden zu begeistern und Loyalität zu steigern
- Kommunikationspsychologische Aspekte beim Umgang mit Beschwerden
- Eskalationsmodell von Konflikten
- Kundenorientierte Bearbeitung von Beschwerden
- Gesprächsführungstechniken

## 4.6 Umgang mit schwierigen Kunden

### ...oder der schwierige Umgang mit Anderen!

Man kann sich seine Kunden nicht immer aussuchen – manchmal passt die Chemie und manchmal weniger. Der Umgang mit schwierigen Kunden zählt mit Sicherheit zu den eher unangenehmen Aufgaben der Vertriebsmitarbeiter. Was kann man hier tun? Wie geht man richtig auf den Gegenüber ein? Wie geht man mit den Kunden auch oder gerade bei vermeintlich unberechtigten Beschwerden und Reklamationen um – selbst wenn diese sich im Ton vergreifen?

---

#### Seminarziel

Dieses Seminar vermittelt, wie Sie mit selbst schwierigen Kunden umgehen können. Erleben Sie im Austausch mit „Gleichgesinnten“ wie weit Eigen- und Fremdwahrnehmung in der Kommunikation auseinanderliegen können und (er)lernen Sie auf dieser Basis neue Wege im Umgang mit schwierigen Kunden kennen und umzusetzen.

#### Seminarinhalte

- Erkennen unterschiedlicher Gesprächstypen
- Erkennen: Wer bin ich als Vertriebspersönlichkeit hinsichtlich Persönlichkeitsmerkmale: Entscheidungsfreude, Pragmatismus und Verbindlichkeit
- Wahrnehmen: Wie anders kann mein Kunde sein?
- Umsetzen: Wie spreche ich den Anderen wertschätzend an, um an mein Ziel zu kommen?

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsaußendienst, Vertriebsinnendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Expertenvortrag, Einzel- und Gruppenübungen, Erfahrungsaustausch, Leitfäden für den Umgang mit schwierigen Kunden

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

Ergebnis: **präzise.**  
Mit professionellen Tools eine  
Selbstverständlichkeit.



„Der praxisbezogene Erfahrungsaustausch ist – gerade auf der Führungsebene – Gold wert. Wir haben viel für unser Unternehmen mitgenommen und gerade die Unterstützung durch die praktischen Vertriebs-Tools hat sehr viel gebracht. Wir bedanken uns nochmals herzlich bei allen Beteiligten für die anregenden Gespräche in den vergangenen 18 Monaten.“

Martin Piela

Stellv. Verkaufsleiter Medizin / Assistant Sales Manager,  
Diagramm Halbach GmbH & Co. KG





Box 05

# Anfragemanagement und Angebotsverfolgung



## Nutzen & Ergebnisse

Was braucht es, um eine Kundenanfrage optimal zu bearbeiten? Die richtige Behandlung einer Anfrage bietet enorme Chancen für Umsatz- und Gewinnzuwächse! Denn hier bestehen gute Chancen, den Kunden positiv zu beeinflussen – gerade dann, wenn er bei mehreren Unternehmen anfragt. Schnell auf die „richtigen“ Anfragen zu reagieren, sich positiv vom Wettbewerb zu differenzieren und zum „richtigen“ Zeitpunkt mit der „richtigen“ Methodik nachzufassen sind wesentliche Erfolgsfaktoren, um mehr Umsatz aus bestehenden Anfragen zu generieren.

## Tools / Seminare innerhalb dieser Box

5.1	Anfragen erfolgreich zu Aufträgen machen .....	110
5.2	Ausschreibungen gewinnen .....	111
5.3	Fesselnde Angebotspräsentationen und Verkaufsgespräche .....	112
5.4	Angebotsverfolgung .....	113
5.5	Professionell an Telefonzentrale und Empfang .....	114
5.6	Innen- und Außendienst als erfolgreiches Team .....	115

## 5.1 Anfragen erfolgreich zu Aufträgen machen

### Ein Angebot, das man nicht ablehnen kann!

Was braucht es, um eine Kundenanfrage optimal zu bearbeiten? Die richtige Behandlung einer Anfrage bietet enorme Chancen für Umsatz- und Gewinnzuwächse! Denn hier bestehen gute Chancen, den Kunden positiv zu beeinflussen - gerade dann, wenn er bei mehreren Unternehmen anfragt. Schnell auf die „richtigen“ Anfragen zu reagieren, sich positiv vom Wettbewerb zu differenzieren und zum „richtigen“ Zeitpunkt mit der „richtigen“ Methodik nachzufassen ist ein Garant für eine hohe Angebotstrefferquote.

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- / -außendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Einzel- und Gruppenübungen, Experten-Input

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

Dieses Seminar hilft Ihnen, mit einer Kundenanfrage vom Eingang bis zur Abgabe des Angebotes optimal zu verfahren. Sie lernen die „wichtigen“ Anfragen zu erkennen und das Angebot genau auf den Kunden und seine Bedürfnisse auszurichten. Am Ende des Tages haben Sie individuelle Leitfäden erarbeitet, die Ihnen bei der Klassifizierung von Anfragen ebenso dienen, wie bei Angebotsgestaltung und -verfolgung auf dem Weg zum Entscheider.

#### Seminarinhalte

- Vertriebsgerechte Klassifizierung von Anfragen
- Wie behandle ich eine eingehende Anfrage abschlussorientiert?
- Optimierung der Vorangebotsgespräche
- Erreichen des wirklichen Entscheiders
- Wie hebe ich mich von den Angeboten der Wettbewerber ab?
- Effiziente Angebotsverfolgung
- Wie verhalte ich mich, wenn der Kunde Nachfasstermine verweigert?
- Wie fasse ich nach, ohne meine Kunden zu „nerven“?
- Reaktionen auf typische Einwände

## 5.2 Ausschreibungen gewinnen

### Gewinnt zwingend „der Günstigste“ – oder geht es auch anders?

Fragestellung wie “Wie beschafft die öffentliche Hand?” oder “Wie erhöhe ich meine Auftragschancen in den einzelnen Phasen im Vergabeverfahren von öffentlichen und nicht-öffentlichen Ausschreibungen?” beschäftigen jeden, der weiß, wie mühsam und wenig erfolgreich es gemeinhin sein kann, an Ausschreibungsverfahren teilzunehmen. Geht es auch anders? Ja, es geht auch anders...

#### Seminarziel

Öffentliche Aufträge und nicht-öffentliche Vergaben bieten eine Vielzahl guter Möglichkeiten um höhere Wachstumsraten zu erzielen, neue Kundengruppen zu erschließen oder sich in einem lukrativen Markt gewinnbringend zu behaupten. Verschaffen Sie sich in diesem Seminar einen Überblick, erfolgreich an Ausschreibungen teilzunehmen und lernen Sie DIE Möglichkeiten, um Ihre Auftragschancen zu erhöhen. Sie erhalten innerhalb eines Tages einen kompakten Überblick über alles, was Sie zum Thema “Öffentliche Aufträge erfolgreich gewinnen” kennen sollten und wie Sie das erworbene Wissen erfolgreich in Ihrer Verkaufspraxis und in Ihren Märkten umsetzen können.

#### Seminarinhalte

- Grundlagen zu den Rahmenbedingungen in der öffentlichen Beschaffung sowie in Ausschreibungen generell

- Spielregeln im Vergaberecht – und wie man sie zu seinen Gunsten beeinflusst
- Analyse der Einkaufsorganisation im Vergabeverfahren von öffentlichen Auftraggebern
- Erhöhung der Auftragschancen im Vorfeld eines Vergabeverfahrens durch Analyse des Ausschreibungs- und Vergabeverhaltens
- Die Einkaufsorganisation – unterschiedliche Formen und Aufgaben im Buying Center
- eraturg bei der Auswahl der Ausschreibungsmerkmale und Zuschlagskriterien
- Erhöhung von Auftragschancen im laufenden Vergabeverfahren
- Bietergemeinschaften und Nachunternehmer
- Hauptangebote und Nebenangebote
- Die „richtige“ Angebotserstellung
- Rügen und Nachprüfungsverfahren
- Erhöhung von Auftragschancen nach Abschluss des Vergabeverfahrens
- Maßnahmenplanung für die Umsetzung in der Praxis

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- / -außendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Verhandlungs- und Argumentationsleitfäden, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr



## 5.3 Fesselnde Angebotspräsentationen und Verkaufsgespräche

### So begeistern Sie Interessenten und Kunden!

Sie möchten bei Ihrer nächsten Präsentation vor Ihrem Chef oder Ihrem Kunden glänzen? Die optimale Vor- und Nachbereitung von Angebotspräsentationen und Verkaufsgesprächen fällt Ihnen aber mitunter schwer? Wissen Sie, wie ein Verkaufsgespräch bestmöglich zu strukturieren und durchzuführen ist? Dann sind Sie in diesem Seminar genau richtig!

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsaußendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, hoher interaktiver Charakter mit großem Übungsanteil, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

Lernen Sie die perfekte Vor- und Nachbereitung sowie Taktiken für eine gute Präsentation kennen. Außerdem werden Strategien nach den AIDA Prinzipien für ein professionelles Verkaufsgespräch vermittelt. Anhand von Beispielen und individuellen Übungen werden Körpersprache und Rhetorik unter die Lupe genommen und ein optimaler Kundenauftritt trainiert.

#### Seminarinhalte

- Professionelle Präsentationsvorbereitung
- Visualisierung, Präsentationsstil
- Kommunikationstipps
- Überzeugende Sprachmuster und Verkaufsstrategien
- Formulierungen: Do's & Don'ts
- Körpersprache, -gestaltung und Stimme
- Ablauf eines strukturierten Verkaufsgesprächs
- Nachbereitung: verbindliche next steps

## 5.4 Angebotsverfolgung

### Bleiben Sie dem Erfolg auf den Fersen!

In der Regel sind bis zur Angebotsabgabe bereits erhebliche (Vertriebs-)Ressourcen investiert worden. Die Strategie „Abwarten- und-Teetrinken“ konterkariert entsprechend das hohe Engagement der Vorangebotsphasen. Jetzt heißt es dranbleiben, denn so kurz vor dem Ziel bzw. dem erfolgreichen Auftragsabschluss sind Sie selten. Bekanntlich entscheiden sich die meisten Rennen – auch die um die lukrativen Aufträge – erst auf den letzten Metern.

---

#### Seminarziel

Wie regelmäßig und wie qualifiziert werden bei Ihnen offene Angebote nachgefasst, um Aufträge tatsächlich zu realisieren? Professionelle Angebotsverfolgung bedeutet, den Kunden bei der Entscheidung für das abgegebene Angebot zu unterstützen. Doch wann ist der „richtige“ Zeitpunkt um nachzufassen? Wie reagiere ich auf Einwände? Neben der Sinnhaftigkeit der Angebotsverfolgung werden in diesem Seminar auch die effiziente Organisation des Prozesses vorgestellt und Techniken für den entsprechenden Kundendialog geübt.

#### Seminarinhalte

- Warum Angebotsverfolgung Sinn macht!
- Der richtige Zeitpunkt der Angebotsverfolgung
- Effektive Organisation der Angebotsverfolgung
- Optimierung der Erreichbarkeit des Kunden
- Einstiegsfragen
- Behandlung schwieriger Einwände sicher und abschlussorientiert
- Wie werde ich der letzte Ansprechpartner vor der Kaufentscheidung?

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- / -außendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Leitfäden für die Angebotsverfolgung, Einzel- und Gruppenübungen, Experten-Input, Best Practice Beispiele

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 5.5 Professionell an Telefonzentrale und Empfang

### Es gibt nur eine Chance für einen guten ersten Eindruck!

„Es gibt nur eine Chance für den ersten Eindruck“. In dieser Aussage steckt mehr als nur ein Fünkchen Wahrheit. Eine schlechte eigene Telefonzentrale oder ein unfreundlicher Empfang haben schon manches große Geschäft erschwert, gar verhindert. Für potentielle Kunden und Geschäftspartner sind die Telefonzentrale und der Empfang häufig der erste Berührungspunkt mit Ihnen und Ihrem Unternehmen. Sorgen Sie dafür, dass der erste Eindruck der Grundstein für eine langfristige Zusammenarbeit ist.

---

#### Zielgruppe

Mitarbeiter aus der Telefonzentrale oder dem Empfang

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Leitfäden und Gesprächshilfen, hoher interaktiver Charakter, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

Die Telefonzentrale und der Besucherempfang repräsentieren das Unternehmen bei bestehenden Kunden und potentiellen Interessenten. Hier wird die erste Visitenkarte für Ihr Unternehmen abgegeben, hier werden Sie als Lieferant zum ersten Mal beurteilt. Die Teilnahme an diesem Profiseminar rentiert sich schnell, da die Inhalte sofort einsetzbar sind und eine direkte Erhöhung der Kundenzufriedenheit bewirken. In konkreten Rollenübungen werden schwierige Alltagssituationen nachgestellt. So lernen Sie, schwierige Situationen zu erkennen und Konflikte zu vermeiden. Außerdem erhalten Sie einen klaren Leitfaden, den Sie sofort in die Praxis umsetzen können!

#### Seminarinhalte

- Wie behandle ich Kunden am Telefon und am Empfang professionell?
- Wie gehe ich mit gestressten und verärgerten Kunden um?
- Wie verhalte ich mich, wenn der gewünschte Gesprächspartner nicht erreichbar ist?
- Wie Sorge ich dafür, dass Kollegen Rückrufzusagen erhalten?
- Wie „wehre“ ich unerwünschte Anrufe professionell ab?
- Wie gebe ich einem Kunden das Gefühl, wirklich willkommen zu sein?

## 5.6 Innen- und Außendienst als erfolgreiches Team

### Stellen Sie Ihr Team vertriebsaktiver auf!

Vertriebsaußendienst und Vertriebsinnendienst haben verschiedene Aufgaben – und doch müssen beide an einem Strang ziehen für den gemeinsamen Erfolg. Und doch gibt es nicht selten ein Gegeneinander, geprägt von gegenseitigem Misstrauen und Unverständnis - wo doch eine partnerschaftliche Zusammenarbeit herrschen sollte.

---

#### Seminarziel

Sie haben motivierte, gut ausgebildete Vertriebsmitarbeiter. Dennoch haben Sie das Gefühl, sie könnten deutlich mehr Umsatz erzielen, wenn diese anders miteinander arbeiten? Dieses Seminar zeigt Ihnen, wie Sie aus Ihrem Innen- und Außendienst ein eingespieltes Team machen, welches optimal zusammenarbeitet und somit Ihren Vertrieb noch weiter ankurbelt.

#### Seminarinhalte

- Team versus Einzelkämpfer
- Zeitgemäße Positionierung
- Schnittstellen, Abstimmung und Vernetzung
- Technische Ausstattung
- Ablauforganisation und Routinen
- Gebiets- und produktorientierte Organisation
- Kunden- und funktionsorientierte Organisation
- Ressource Mitarbeiterbildung

---

#### Zielgruppe

Vertriebsmitarbeiter im Innen- und Außendienst, Teamleiter, Vertriebsleiter

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Teambuilder, Gruppenübungen, Best Practice-Beispiele

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

Ergebnis: **brillant.**  
Exzellenz durch die Wahl der  
richtigen Werkzeuge.



„Die angenehme Atmosphäre im Kreis der Teilnehmer genieße ich immer sehr und ich habe einige engere geschäftliche Verbindungen geknüpft. Die Veranstaltungen geben mir Gelegenheit, unser tägliches Tun (...) grundsätzlich zu hinterfragen sowie dank Ihrer konzeptionellen, methodischen Ansätze in einen (...) strategischen Zusammenhang zu stellen. (...) Nach unserem letzten Seminartermin bereitete ich einen kritischen Kundenbesuch konsequent nach der Checkliste in Ihrem Buch vor – was tatsächlich sehr hilfreich war.“

Jutta Schmitt  
Vorstand, Bitech AG





Box 06

## Verhandlung & Verkauf



### Nutzen & Ergebnisse

Sie haben sich in einer Verhandlung erfolgreich gegenüber dem Wettbewerb durchgesetzt – mussten aber zu hohe Preiszugeständnisse machen? War es nötig soweit nachzugeben? Was wäre wirklich „drin gewesen“? Eine der großen Herausforderungen im Vertrieb ist die Preisverhandlung. Anspruchsvolle Margen- und Gewinnziele bei steigenden Rohstoff-, Personal- oder Logistikkosten erfordern kontinuierliche Preiserhöhungen denen Kunden mit Wettbewerbsangeboten oder drohender Abwanderung begegnen. Welche Preissteigerung gehen die Kunden mit bzw. wie reagiert man richtig auf inhaltliche und preisliche Vergleiche mit Wettbewerbsangeboten und wie argumentiere ich die eigenen Vorteile überzeugend und kann so meine Preisvorstellungen durchsetzen?

### Tools/Seminare innerhalb dieser Box

6.1 Verkaufserfolge mit der IMPAKT-Methode .....	120
6.2 Souverän in Präsentation und Moderation .....	121
6.3 Einwand-frei verkaufen .....	122
6.4 Effektive Gesprächsführung .....	123
6.5 Entscheider und Gremien überzeugen .....	124
6.6 Storytelling .....	125
6.7 Preisverhandlungskompetenz .....	127
6.8 Preiserhöhungen durchsetzen .....	128
6.9 Verhandlungstechniken .....	129
6.10 Kommunikations- und Vertriebstaining für Servicetechniker .....	131
6.11 Emotionale Intelligenz im Verkauf .....	132
6.12 Authentisches Verkaufen für Innen- und Außendienst .....	133
6.13 Verkaufsaktiver Innendienst .....	134
6.14 Der professionelle Einkauf .....	135

## 6.1 Verkaufserfolge mit der IMPAKT-Methode

### Schluss mit Kuscheln. Provozieren heißt verkaufen.

Der Einkauf hat in den letzten Jahren einiges in den Kompetenzaufbau investiert. Die Informationsverfügbarkeit im Netz tut ihr Übriges. Die Folge: Noch vor Gesprächen mit potentiellen Lieferanten verschaffen sich die Einkäufer ein Bild über Produkte und auf dem Markt verfügbaren Möglichkeiten. Die angebotenen Lösungen der Verkäufer sind häufig längst bekannt, der Preis rückt wieder stärker in den Fokus. Zu Lasten der Anbieter. Zeit, den Lösungsverkauf hinter sich zu lassen und neue Wege im Vertrieb zu gehen.

---

#### Zielgruppe

Geschäftsführer, Vertriebsleiter, Vertriebsmitarbeiter von erklärungsbedürftigen Produkten

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Experten-Input, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Einzel- und Gruppenübungen, Gruppendiskussion

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

Statt sich Ausschreibungen und Preiskämpfen zu stellen, an dem alten Lösungsverkauf festzuhalten, gehen erfolgreiche Verkäufer heute einen anderen Weg. Sie machen aus einem Kunden, der schon alles weiß, einen Interessenten mit neuen Bedürfnissen. Sie ignorieren feststehenden Bedarf und suchen gezielt nach kritischen Mobilisierern, die mit neuen Erkenntnissen und unbequemen Fragen provoziert werden. Denn nur mit diesem Werkzeug entkommt man der Preisfalle.

#### Seminarinhalte

##### IMPAKT

- Ignorieren Sie die Anfrage, fokussieren Sie sich auf den Kunden
- Mobilisieren Sie den richtigen Ansprechpartner
- Provozieren Sie mit neuen Erkenntnissen
- Analysieren Sie nicht geäußerte Bedarfe
- Konzentrieren Sie sich auf die aufgedeckten, neuen Herausforderungen
- Transformieren Sie den Beschaffungsprozess zu Ihren Gunsten

## 6.2 Souverän in Präsentation und Moderation

### Überzeugen Sie von Anfang an!

Vor einer größeren Gruppe eine Rede oder einen Vortrag zu halten, ist eine Situation die bei den meisten Menschen Beklemmungen hervorrufen. Dabei ist die Durchführung einer guten Präsentation oder Moderation am wenigsten vom „Bühnentalent“ des Redners oder Moderators abhängig, sondern vielmehr das Resultat einer guten Vorbereitung und der notwendigen Übung.

---

#### Seminarziel

In diesem Seminar lernt der Teilnehmer die elementaren Grundregeln einer guten Präsentation oder Moderation: Angefangen bei der Vorbereitung über die Wahl und Nutzung der Medien (Flipchart, Metaplan, Power Point, etc.) bis hin zum Präsentationsstil und sicherem Auftreten. Darüber hinaus werden die möglichen Rollen eines Moderators sowie unterschiedliche Fragetechniken und -formen vorgestellt und diskutiert.

#### Seminarinhalte

- Professionelle Präsentationsvorbereitung
- Grundregeln der Visualisierung
- Den eigene Präsentationsstil finden
- Umgang mit alternativen, unterschiedlichen Medien
- Ablauf einer strukturierten Präsentation
- Überzeugende Sprachmuster und -strategien
- Formulierungen: Do's & Dont's
- Körpersprache, -gestaltung und Stimme
- Rolle und Ziele der Moderation
- Moderation in schwierigen Situationen

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsaußendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, hoher interaktiver Charakter mit großem Übungsanteil, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 6.3 Einwand-frei verkaufen

### Flexibel und schlagfertig jedem Einwand begegnen!

„Zu aufwendig, zu teuer“ oder einfach nur „jetzt nicht“! Im Verkauf sind wir täglich mit Vorwänden und Beschwerden konfrontiert. Aber ist das Verkaufsgespräch bereits mit dem ersten Einwand zu Ende? Nein, denn mit den passenden Argumenten lassen sich viele Kunden doch noch zu einer Kaufentscheidung „bekehren“. Lernen Sie die richtige Reaktion, je nach Situation und Gegenüber. Bereiten Sie sich auf Einwände vor – um dort noch erfolgreich weiter zu kommen, wo für die meisten Verkäufer Endstation ist.

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- / -außendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Best-Practice-Beispiele Einwandbehandlung, hoher interaktiver Charakter mit großem Übungsanteil, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

In diesem Intensiv-Seminar erlernen Sie, künftig auch in schwierigsten Einwand-Situationen mit hoher Schlagfertigkeit und zugleich maximaler Flexibilität reagieren zu können. Die Einwandbehandlung zu beherrschen, bedeutet für Sie, auch dort noch erfolgreich weiter zu kommen, wo für die meisten Verkäufer Endstation ist. Praxisvermittlung pur!

#### Seminarinhalte

- Einwand-Psychologie für Verkäufer
- Weniger Einwände im Kundengespräch erhalten
- 12 äußerst wirksame Techniken zur Einwandbehandlung
- Mehr Sicherheit durch das persönliche Einwandskript
- Professioneller Umgang mit Ablehnung
- Bei welchen Kunden lohnt sich höfliche Hartnäckigkeit und bei welchen nicht?

## 6.4 Effektive Gesprächsführung

### Treffen Sie die richtigen Töne!

Jeder Mensch kann sprechen – aber nicht unbedingt zielgerecht kommunizieren? Im täglichen Umgang miteinander gibt es aber kaum etwas Wichtigeres. Gespräche zielsicher und ergebnisorientiert zu führen gehört heute zu den wichtigsten Qualifikationen im Beruf, denn „nicht kommunizieren“ ist nicht möglich. Dabei muss effektive Kommunikation keine Glückssache sein! Lernen Sie selbst schwierigere Gesprächssituationen zu meistern und zu einem – für beide Seiten – guten Gesprächsergebnis zu kommen.

---

#### Seminarziel

Im Seminar werden die wichtigsten Themen im Bereich Kommunikation vorgestellt und der Umgang mit verschiedenen Gesprächssituationen und schwierigen Gesprächspartnern gelehrt und geübt. Gesprächsleitfäden für ein erfolgreiches (Verkaufs-)Gespräch werden erarbeitet und so die Teilnehmer in die Lage versetzt künftig ihre Produkte oder Ideen erfolgreich „an den Mann zu bringen“.

#### Seminarinhalte

- Erfolgsfaktoren einer guten Kommunikation
- Zielgerichtete Besprechungen
- Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung
- Techniken zur Stärkung der Kommunikationsfähigkeit
- Umgang mit unterschiedlichen Teilnehmertypen und schwierigen Gesprächssituationen
- Entwicklung eines individuellen Leitfadens für diverse Gespräche und Gesprächssituationen

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- / -außendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Leitfäden und Gesprächshilfen, hoher interaktiver Charakter, Instrumente zur Selbstreflexion, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 6.5 Entscheider und Gremien überzeugen

### Beherrschen Sie Ihre Instrumente im strategischen Verkauf!

Gerade Verkäufer komplexer Produkte oder Leistungen kennen die Situation: selten trifft nur eine Person die Entscheidung. Vielmehr sind die unterschiedlichsten Funktionen in den Auswahlprozess involviert. Meist sogar in ständigen oder ad-hoc einberufenen Gremien. Dabei hat jedes Gremienmitglied eigene Vorstellungen, Erwartungen, Interessen und einen häufig intransparenten Einfluss auf die Kaufentscheidung. Doch wie überzeugen Sie parallel einen Geschäftsführer, Einkäufer, Techniker und wie jemanden, der Ihr Produkt täglich nutzt?

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- / -außendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Tools zur Analyse des Buying Centers, hoher interaktiver Charakter, Einzel- und Gruppenübungen, Experten-Input

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

Um auch in komplexen Verkaufsprozessen stets den Überblick zu behalten bedarf es des richtigen Handwerkszeugs. Die Rolle des Gesprächspartners gilt es zu erkennen, sein Einfluss auf die Entscheidung zu ermitteln. Die Vorteilsdarstellung und Nutzenargumentation müssen individuell auf Zielsetzung, Rolle und Charakter der Gesprächspartner (Anwender, Entscheider, Prüfer, ...) zugeschnitten sein. Dies und weitere Tricks und Kniffe um Entscheider und Gremien zu überzeugen lernen Sie in diesem Seminar.

#### Seminarinhalte

- Der ideale Verkaufsprozess
- Kundenorientierte Bedarfsentwicklung
- Verständnis von Kundenbedürfnissen
- Buying-Center-Analyse
- OPAL-Gesprächsmodell
- Werte und Nutzen verkaufen
- Operative Gesprächstaktiken für den Lösungsverkauf
- Vorbereitung und Durchführung von Kundengesprächen
- Umgang mit Einwänden und kritischen Situationen

## 6.6 Storytelling

### DIE Wunderwaffe in Marketing und Vertrieb. Seit 20.000 Jahren erprobt!

Seit tausenden von Jahren erzählen sich Menschen Geschichten: Ob Heldengeschichten am Lagerfeuer, romantische Storys mit Romeo-und-Julia-Plot, Geschichten von Gut gegen Böse wie in Star Wars – alles Geschichten, die hunderte von Millionen Menschen bewegen, ins Kino locken und zu Tränen rühren oder Freudentränen lachen lassen: Immer funktionieren sie! Und in Marketing und Vertrieb denken immer noch viele Verantwortliche: Ich muss mit Zahlen, Daten und Fakten überzeugen! Weil auf der „anderen Seite“ ein rationaler Einkäufer sitzt, für den nur „Preis“ zählt. Welch riesengroßer Irrtum...

#### Seminarziel

Geschichten überzeugen – wie oben dargelegt. Und zwar nicht nur „Lieschen Müller“ beim Kauf einer Heizdecke – sondern auch den „hartgesottene Einkäufer“, den „knallharten Entscheider“, den „rationalen und zahlengetriebenen Geschäftsführer“. Wenn es denn die „richtigen“ Stories sind... Diese für die jeweilige Zielgruppe und Branche zu finden und Menschen emotional zu packen – um so ein Projekt erfolgreich „einzutüten“ – darum geht es in diesem Seminar.

#### Seminarinhalte

- Warum gute Geschichten funktionieren
- Gute Storys für Ihr Unternehmen und Ihr Produkt finden
- Die fünf Erfolgsfaktoren funktionierender Stories
- Einsatzmöglichkeiten von Storytelling in der internen und externen Kommunikation
- Geschichte spannend und einprägsam erzählen
- Welche Kanäle Sie für Ihre Stories nutzen können und wie Sie diese sinnvoll bespielen
- Tricks brillanter Geschichtenerzähler
- Leads generieren mit Storytelling

#### Zielgruppe

Geschäftsführer, Vertriebsleiter, Vertriebsmitarbeiter von erklärungsbedürftigen Produkten

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Experten-Input, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Einzel- und Gruppenübungen, Gruppendiskussion

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr



„Die beiden Seminare „Akquisemanagement“ und „Anfrage-  
management“ waren beide sehr gut. Besonders die Praxisnähe  
mit konkreten Umsetzungsbeispielen sowie auch die vorge-  
stellten Tools finde ich super.“

Thomas Koch

Geschäftsführer, Orbiteam Software GmbH & Co. KG

## 6.7 Preisverhandlungskompetenz

### Behalten Sie bei Verhandlungen die Oberhand!

Sie haben sich in einer Verhandlung erfolgreich gegenüber dem Wettbewerb durchgesetzt – mussten aber zu hohe Preiszugeständnisse machen? War es nötig soweit nachzugeben? Was wäre wirklich „drin gewesen“? Eine der großen Herausforderungen im Verkauf ist die Preisverhandlung. Wie reagiert man richtig auf inhaltliche und preisliche Vergleiche mit Wettbewerbsangeboten? Wie argumentiere ich die eigenen Vorteile überzeugend und kann so meine Preisvorstellungen durchsetzen?

#### Seminarziel

Die Teilnehmer lernen, die Vergleichbarkeit der dem Kunden vorliegenden Angebote zu testen. Bei Leistungsunterschieden, erarbeiten Sie qualitative Argumentation, um eine Preisdiskussion von vornherein zu vermeiden oder zumindest zu begrenzen. Sind die Angebote vergleichbar, lernen Sie Nachlässe richtig zu verhandeln, um die eigenen Preise so oft wie möglich durchzusetzen – oder zumindest eine Gegenleistung des Kunden zu bekommen.

#### Seminarinhalte

- Wie verunsichere ich einen Kunden hinsichtlich der Vergleichbarkeit?
- Wie bringe ich den Kunden dazu, mir das Wettbewerbsangebot zu zeigen?
- Preis-/Leistungsgestaltung des Wettbewerbs herausfinden
- Wie verhindere ich, dass der Kunde Anbieter gegeneinander ausspielt?
- Wert argumentieren und verkaufen – den eigenen Preis darstellen
- Reaktion auf Preiseinwände – Preiseinwände mit der „richtigen“ Nutzenargumentation aushebeln
- Unumgängliche Zusagen erreichen
- Einkäuferstrategien (er-)kennen

---

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- / -außendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Verhandlungs- und Argumentationsleitfäden, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr

---



## 6.8 Preiserhöhungen durchsetzen

### Ohne Kundenverluste zu besseren Preisen!

Einerseits anspruchsvolle Margen- und Gewinnziele, andererseits steigende Rohstoff-, Personal- oder Logistikkosten. Aus dieser Zwickmühle führt für den Vertrieb kaum ein Weg an Preiserhöhungen vorbei. Welche Preissteigerung gehen die Kunden mit und ab wann wandern Kunden ab oder versuchen über Wettbewerbsangebote die Spirale in die Gegenrichtung zu drehen? Preiserhöhungen müssen für Kunden transparent und plausibel sein: Alles eine Frage der richtigen Kommunikation!

#### Seminarziel

Die erfolgreiche Kommunikation und Durchsetzung von Preiserhöhungen zählt zu den oft ungeliebten Königsdisziplinen im Verkauf. In diesem Seminar lernt der Teilnehmer Strategien und Methoden für erfolgreiche Preiserhöhungen zu entwickeln und nachhaltige Preiserhöhungen ohne Kundenverlust durchzusetzen. Es werden wertvolle Tipps und Tricks der Kommunikation vorgestellt und eingeübt – von der Ankündigung über nachvollziehbare Begründungen und der Begegnung von Einwänden.

#### Seminarinhalte

- Den Kunden vorbereiten
- Den richtigen Moment nutzen
- Preiserhöhungen ankündigen und ansprechen
- Pauschale vs. produktbezogene Erhöhungen
- Sachliche und emotionale Gründe erkennen
- Gründe und Argumente nachvollziehbar machen
- Einsprüchen sicher begegnen
- Erstellung von Checklisten und Gesprächsleitfäden

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Vertriebsaußendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

## 6.9 Verhandlungstechniken

### Verhandeln – nicht verschenken!

Nicht nur Preise und Konditionen, auch Reklamationen oder Kooperationen führen die Beteiligten an den sogenannten Verhandlungstisch. Dabei ist nicht das Ziel, möglichst wenig Nachlässe zu gewähren / Zugeständnisse einzuräumen oder über maximale Verhandlungshärte unter Umständen Missstimmungen zu hinterlassen. Vielmehr sollten über den geschickten Einsatz der richtigen Techniken Verhandlungsergebnisse erzielt werden mit denen alle Parteien zufrieden sind.

#### Seminarziel

In diesem Seminar lernt der Teilnehmer seine Verhandlungskompetenz zu optimieren. Gerade das sachbezogene Verhandeln beim „Harvard-Konzept“ hat sich als die wirksamste Methode bewährt, um Differenzen auszuräumen und gemeinsam zu einer bestmöglichen Lösung zu finden.

#### Seminarinhalte

- Optimierung Verhandlungskompetenz
- „Harvard-Konzept“ – sachgerecht verhandeln – erfolgreich verhandeln
- Entwicklungsmethodik „win-win“-Ergebnisse
- Harvard-Prinzipien
- Fallstudien
- Erstellung von Verhandlungs-Checklisten
- Harte Verhandlungsstrategien
- Vorbereitung
- Durchführung

#### Zielgruppe

Geschäftsführer, Vertriebsleiter, Vertriebsaußendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, hoher interaktiver Charakter, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

2 Tage  
jeweils 09:00 bis 17:00 Uhr



„Ich möchte mich herzlich bei den anderen Teilnehmern und bei Herrn Milz bedanken. Diese Runde hat mir immer wieder neue Perspektiven und Blicke über den eigenen Tellerrand ermöglicht.“

*Roman A. Hiersig*  
Geschäftsführer, Rhein-Getriebe GmbH

## 6.10 Kommunikations- und Vertriebs- training für Servicetechniker

### Technische Mitarbeiter als Schlüssel zum Erfolg.

Neben dem Vertrieb gibt es in technischen Branchen eine weitere wertvolle Ressource, um die Kundenbindung zu erhöhen und Cross-/Upselling-Potentiale zu entwickeln: Ihre technischen Mitarbeiter im Einsatz vor Ort beim Kunden. Denn diese kennen die Anforderungen und Probleme der Anwender und haben bereits viele Kontakte geknüpft. Dieses Potenzial sollte nicht ungenutzt bleiben. Um auch Ihre Servicetechniker fit in vertriebsorientiertem Denken und Handeln zu machen, haben wir ein praxisnahes Training konzipiert.

#### Seminarziel

Dieses Seminar trainiert mit praxisnahen Methoden und Rollenspielen die Sensibilität für Verkaufschancen und kommunikative Voraussetzungen um im vertrieblichen Sinne bedarfsorientiert und kompetent zu beraten. So können auf Basis einer vertrauensvollen Kundenbeziehung vor Ort, Umsätze nicht nur langfristig gesichert sondern sogar gesteigert werden.

#### Seminarinhalte

- Serviceorientierung – Was erwartet der Kunde?
- Grundlagen der Kommunikation und Psychologie im Verkauf
- Wie Sie Vertrauen beim Kunden aufbauen
- Wie formulieren und kommunizieren Sie Ihre Botschaft verständlich und überzeugend?
- Erfolgreiche Beratung in vier Schritten.
- Schwierige Gesprächssituationen und Einwände sind auch Verkaufschancen
- Wie führen Sie den Kunden zum Abschluss?
- Wie kommuniziere ich Wettbewerbsvorteile überzeugend?

---

#### Zielgruppe

Mitarbeiter im technischen Außeneinsatz wie z.B. Servicetechniker, Servicemonteure

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Experten-Input, Praxis-Tipps und Checklisten, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 6.11 Emotionale Intelligenz im Verkauf

### Fühlen Sie sich in Ihre Kunden hinein!

Wünschen Sie sich nicht auch manchmal ein besseres Verständnis des Kunden? Oder die Fähigkeit durch Ihr Auftreten und Ihre Sprache Kunden leichter für sich zu gewinnen? Dann ist dieses Seminar genau das Richtige für Sie! Lernen Sie in allen Phasen des Verkaufsgesprächs die Gefühlswelt des Kunden anzusprechen. Erarbeiten Sie sich im Verbund mit den anderen Teilnehmern Gesprächsführungstechniken, die es Ihnen erlauben schnelle Erfolge in der Praxis zu erzielen.

---

**Zielgruppe**  
Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- / -außendienst

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, hoher interaktiver Charakter mit großem Übungsanteil, Einzel- und Gruppenübungen

**Dauer**  
1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

#### Seminarziel

Nach dem Seminar ist der Teilnehmer in der Lage in allen Phasen des Verkaufsgesprächs die Gefühlswelt des Kunden anzusprechen. In schwierigen Situationen kann er die Emotionen des Kunden positiv beeinflussen. Außerdem lernt der Teilnehmer die Anwendung von emotionaler Sprache und Gesprächsführungstechniken kennen und anwenden.

#### Seminarinhalte

- Umgang mit den eigenen Emotionen
- Kommunikationspsychologische Aspekte: Die Rolle von Emotionen im Verkaufsgespräch
- Aufbau von Sympathie und Vertrauen im Verkaufsgespräch
- Ergründung der Kaufmotive
- Kundentypologie
- Emotionale Verkaufsrhetorik
- Souverän Einwände entkräften

## 6.12 Authentisches Verkaufen für Innen- und Außendienst

### Erfolgreich akquirieren mit Persönlichkeit!

Echte Spitzenverkäufer haben langfristig und dauerhaft Erfolg. Denn: Sie verkaufen authentisch und können sich auf die Individualität jedes Kunden einstellen. Dabei nutzen nicht nur ihren eigenen Stil, ihre eigene Persönlichkeit im Verkaufsgespräch – sie erkennen auch die Motive und Interessen ihres Gesprächspartners: Welche Bedürfnisse bewegen potenzielle (Neu-) Kunden, welchen Nutzen ziehen sie aus dem Angebot und wie spricht man dies aktiv an.

#### Seminarziel

Im Seminar lernt der Teilnehmer seine individuelle Verkaufspersönlichkeit im Kundengespräch zu nutzen und so erfolgreich Neukunden zu gewinnen. Darüber hinaus erfährt er, welche Motive und Bedürfnisse den (Neu-) Kunden zum Kauf bewegen, wie er diese erkennen und durch eine kundengerechte Ansprache aktivieren kann.

#### Seminarinhalte

- Den eigenen Verkaufsstil sowie die persönlichen inneren Motivatoren und deren Wirkung reflektieren und optimieren
- Die verschiedenen Kundentypen und deren Verhaltensweisen verstehen und individuell darauf eingehen
- Das eigene Verkäuferverhalten persönlichkeitsgerecht professionalisieren
- Die (Kauf-) Motive des Kunden im Verkaufsgespräch erkennen
- Sich im Kundengespräch motivgerecht verhalten und kommunizieren
- Den Bedarf der Kunden typgerecht ermitteln und analysieren
- Neue Kunden erfolgreich akquirieren

---

**Zielgruppe**  
Vertriebsleiter, Vertriebsinnen- / -außendienst

**Lehr- und Lernmittel**  
Ausführliche Seminarunterlagen, Leitfäden und Gesprächshilfen, hoher interaktiver Charakter, Einzel- und Gruppenübungen, Experten-Input

**Dauer**  
1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

---

## 6.13 Verkaufsaktiver Innendienst

### Auftragsannahme und proaktiver Verkauf!

Beschränkt sich Ihr Innendienst heute auf administrative und bürokratische Aufgaben? Wäre es in diesem Falle nicht wünschenswert, den Innendienst verstärkt in den Vertrieb einzubeziehen und so den Umsatz zu steigern? Dieses Seminar zeigt Ihnen, warum dies sogar notwendig ist! Gerade in der Kleinkundenbetreuung, aber auch in der aktiven Ansprache von Kunden, schlummern im Innendienst vieler Vertriebsorganisationen riesige Potentiale.

#### Zielgruppe

Vertriebsleiter, Innendienstleiter, Mitarbeiter im Verkaufs-Innendienst oder Kundendienst

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, Leitfäden und Gesprächshilfen, hoher interaktiver Charakter mit großem Übungsanteil, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

#### Seminarziel

Dieses Seminar bietet Ihnen Vorschläge und Ideen, wie ein Innendienst strukturiert und gezielt weiterentwickelt werden kann. Schaffen und nutzen Sie Freiräume für einen verkaufsaktiven Innendienst! Durch immer anspruchsvollere Kunden ist es wichtig, auch den Innendienst aktiv in den Vertrieb einzubeziehen. Die notwendigen Fähigkeiten erlernen Sie in diesem Seminar.

#### Seminarinhalte

- Ausrichtung und Rolle des verkaufsaktiven Innendienstes
- Freiräume für verkaufsaktive Zeit schaffen und nutzen
- Mitarbeitermotivation
- Spielregeln für Innendienstteams
- Werkzeuge des verkaufsaktiven Innendienstes
- Kennzahlen im Innendienst
- Kommunikation zwischen Innen- und Außendienst
- Umsetzung Neuausrichtung

## 6.14 Der professionelle Einkauf – auch für Vertriebler geeignet

### Lernen Sie das 1x1 des Einkaufs!

Permanenter Preisdruck und Globalisierung haben in den letzten Jahren zu einer enormen Aufwertung des Einkaufs geführt. Werden Sie den gestiegenen Anforderungen des Einkaufs gerecht? Es fällt Ihnen leicht, Ihre Einkaufsziele zu erreichen? Nur mit den richtigen Instrumenten gelingt eine optimale Auswahl von zuverlässigen Lieferanten. Und dabei mit gut vorbereiteten, zielgerichteten und strukturierten Verhandlungen gleichzeitig Einsparpotentiale zu realisieren.

#### Seminarziel

Dieses Seminar behandelt den Einkauf von Materialien und Betriebsmitteln, Investitionen und sonstige Ausgaben, bis hin zu C-Gütern. Themen sind der Aufbau eines grundlegenden Verständnisses bestehender Optionen auf den Beschaffungsmärkten und das Wissen und der Nutzen eines Lieferantenwettbewerbs bei Wahrung oder Steigerung der Beschaffungsqualität. Die Grundlagen des modernen Einkaufs sowie Strategien zur Verbesserung des Geschäftsergebnisses werden vermittelt.

#### Seminarinhalte

- Ziele im und für den Einkauf
- Der ideale Einkaufsprozess
- Aufgabenverteilung im Einkauf
- Bedarfsermittlung und Planung
- Erarbeitung Einkaufsstrategie
- Kenntnis und effektiver Einsatz moderner Einkaufsinstrumente
- Lieferanten-Management
- Sourcing-Strategien im globalen Wettbewerb
- Einkaufs- und Qualitätscontrolling

#### Zielgruppe

Verkäufer, Einkäufer, Mitarbeiter mit Führungsaufgaben im Vertrieb oder Einkauf

#### Lehr- und Lernmittel

Ausführliche Seminarunterlagen, praxisorientierte Übungen und Beispiele, Verhandlungs- und Argumentationsleitfäden, Einzel- und Gruppenübungen

#### Dauer

1 Tag  
09:00 bis 17:00 Uhr

# Unsere Zertifikatslehrgänge



Unsere Zertifikatslehrgänge bestehen aus den für Ihr Vertriebsteam wichtigsten und am häufigsten nachgefragten Vertriebsseminaren.

Je nach Wissens- und Erfahrungsstand wird Ihr Vertriebsteam auf breiter Basis weitergebildet: Auf technischer, verkaufpsychologischer und rhetorischer Ebene. Ziel unserer Seminare ist immer die sofortige Anwendbarkeit der vermittelten Fähigkeiten.

**Durch unsere Zertifikatslehrgänge können Sie effektiv Zeit und Geld sparen.**

Sie brauchen sich nicht mit der Auswahl verschiedener Seminare zu beschäftigen, sondern können auf unsere bewährte und systematische Auswahl von Vertriebsseminaren vertrauen. Durch geringere Organisations- und Planungsanforderungen reduziert sich unsere Kostenstruktur. Diese Ersparnis geben wir konsequent an Sie weiter.

**Qualifikation und Zertifizierung in einem Schritt.**

Neue Methoden und Ansätze tragen erheblich zur Erhöhung der Vertriebseffizienz im täglichen Kundenkontakt bei. Im Anschluss an die Seminarreihe und das Einzelcoaching werden Ihre Mitarbeiter zum geprüften Verkäufer im Außen- bzw. Innendienst zertifiziert.

## Ihre Vorteile im Überblick:

- ⊕ Langjährig erprobte Seminare nach unserem bewährten 10-Punkte-Plan
- ⊕ Wenig Aufwand für Sie – wir übernehmen die Organisation
- ⊕ Aufeinander aufbauende und perfekt abgestimmte Seminarinhalte
- ⊕ Individuelles Einzeltraining am Arbeitsplatz
- ⊕ Sehr gutes Preis-/Leistungsverhältnis
- ⊕ Kompetente Beratung zu Weiterbildungsförderungen/-zuschüssen
- ⊕ Leistungsbereitschaft, Motivation und „Wir-Gefühl“ Ihres Vertriebsteams wird gesteigert
- ⊕ Realisierung der Zertifikatslehrgänge wahlweise in kurz-, mittel- oder langfristigen Zeiträumen möglich sowie frei wählbare Reihenfolge der einzelnen Seminarinhalte
- ⊕ Als offene Seminarreihe oder Inhouse-Veranstaltung realisierbar
- ⊕ Maßgeschneiderte Anpassung der Zertifikatslehrgänge (Inhouse) an Ihre Anforderungen
- ⊕ Abschlussprüfung Ihrer Mitarbeiter mit anschließender Zertifizierung zum geprüften Vertriebsmanager

# Zertifikatslehrgang zum geprüften Vertriebsmanager im **Außendienst**

Unser Zertifikatslehrgang verhilft Ihrem Außendienst-Team zu mehr Erfolg im Vertrieb. Die speziellen Seminare, deren Reihenfolge Sie selbst bestimmen können, qualifizieren und bilden Ihre Mitarbeiter weiter. Anschließend wird jeder Mitarbeiter zum geprüften Verkäufer im Außendienst zertifiziert.

## Ablauf des Zertifikatslehrgangs:

- Eine Wissensvermittlung auf breiter Basis. Ihr Außendienst-Team wird zu Vertriebsexperten ausgebildet!
- Begonnen wird mit einer viertägigen Seminarreihe, die ein fundiertes und ideal aufeinander abgestimmtes Schulungsangebot beinhaltet.
- Darauf folgt das eintägige Mitarbeitercoaching durch einen unserer erfahrenen Trainer direkt am Arbeitsplatz.  
Die neu erworbenen Kompetenzen werden dabei im direkten Kundenkontakt und Arbeitsalltag trainiert und angewandt.
- Zum Abschluss des Lehrgangs folgt die Abschlussprüfung, welche in einen schriftlichen und einen mündlichen Teil gegliedert ist. Nach erfolgreichem Bestehen erfolgt die Zertifizierung des Mitarbeiters zum geprüften Vertriebsmanager im Außendienst.



# Zertifikatslehrgang zum geprüften Vertriebsmanager im Innendienst

Unser Zertifikatslehrgang verhilft Ihrem Innendienst-Team zu mehr Erfolg im Vertrieb. Die speziellen Seminare, deren Reihenfolge Sie selbst bestimmen können, qualifizieren und bilden Ihre Mitarbeiter weiter. Anschließend wird jeder Mitarbeiter zum geprüften Verkäufer im Innendienst zertifiziert.

## Ablauf des Zertifikatslehrgangs:

- Grundlegender und weiterführender Wissenstransfer, der Ihrem Innendienst-Team zu neuer Vertriebs-Schlagkraft verhilft und die dafür nötige Qualifikation verschafft!
- Begonnen wird mit einer viertägigen Seminarreihe, die ein fundiertes und ideal aufeinander abgestimmtes Schulungsangebot beinhaltet.
- Darauf folgt das eintägige Mitarbeitercoaching durch einen unserer erfahrenen Trainer direkt am Arbeitsplatz. Die neu erworbenen Kompetenzen werden dabei im direkten Kundenkontakt erprobt und angewandt.
- Zum Abschluss des Lehrgangs folgt die Abschlussprüfung, welche in einen schriftlichen und einen mündlichen Teil gegliedert ist. Nach erfolgreichem Bestehen erfolgt die Zertifizierung des Mitarbeiters zum geprüften Vertriebsmanager im Innendienst.



# Starke Seminare. 500 zufriedene Kunden.

Abbelen, ABIT, ABSOLUT, ACE Stoßdämpfer, ADM-ISOBLOC, Aerzener Maschinenfabrik, AGROMATIC Regelungstechnik, Air Fresh, Aixigo, Albert Himmeldirk Werkzeugbau, ALMECON Technologie, Amazu, amg, Amsbeck Maschinentechnik, andagon, Anspenger, applied technologies, apt Hiller, Aquasun Schutzfolien, Aqua-Technik Beregnungsanlagen, ARCA-Regler, Arnsberger Metallwerke, artegic, ARTES, arvato, ASK Chemicals, ASKI, ASKON, Ategris, atka, ATLANTIC, ATP adhesive systems, ATRIOS, August Lapp, Auto Heinen, Autobahn Tank und Rast, Automotive Insulations, Avantgarde, B + R Maschinenbau, Barilla, BARLOG plastics, BAUST-Gruppe, BC Deutschland, BE.BEYOND, BEA, Beermann, Berghoff, Bergsch, BEWATEC, BEWITAL-Gruppe, Bilstein, Bimeco, Bitech, Blomberger Holzindustrie, bluvo, Blycolin Textilleasing, Boendgen Baustoffe, Bohle-Gruppe, BÖ-LA, Boll & Kirch Filterbau, Bolsius Deutschland, BONG, Bornemann, brainLight, brial allergen, Brooks Sports, Buchalik Brömmekamp Unternehmensberatung, Bültmann, Business Service Media, CADBAS, CamData Holding, Carenetic, Carl Aug. Picard, Catherine Nail Collection, Cattron-Theimeg Steuerungssysteme, certoplast, Chaps & more, Chemische Fabrik Kreussler, Chr. Hansen, Cinderella, cinram, cisbox, City Anzeigenblatt Viersen, CLS, Cognitec, Collogia Unternehmensberatung, Com NRW, ComputerPlus, CONET-Gruppe, CONTACT, Contec, Convista, CoolCase, Coroplast, Creditreform Boniversum, CRM, CYBERDYNE IT, DALMINEX, Datenstrom, dccg Deutsche Consulting & Coaching, dc-systeme Informatik, Deflex, DEKOTEC, Delphin, Deutsche Bahn, Dextro Energy, Diagramm Halbach, DigiPara, Dillenberg, doctronic, DoCu Scan, Dr. A. Kuntze, Dr. Nüsken Chemie, Dr. Steingroever, Draka, dreipunkt drei, Druck- und Pressehaus Naumann, Druckerei Köller+Nowak, DSB Säurebau, DTB, DuoTherm, DVVG, E+S Unternehmensberatung für EDV, Eckhard Klems Landschaftsbau, Ecologne, Ed. Fitscher, edicos webservice, EDM, EFCO Maschinenbau, eht Siegmund, Eimermacher, e-integration, EKÜ, Elektroanlagenbau Franz Monz, elementmedia, elements of art, ELMED Dr. Ing. Mense, entrada, EON, EOS, Erdmann, Erfurt & Sohn, ErgonomiX Software, ES&S, Esta Rohr, ESYLUX, EUFLOR, Euforma, Fa. Schäfer Haustechnik, Fabricius Pro Terra, Fass-Braun, FDF (Verband), Felix Schoeller-Gruppe, FHDW, FILTRATEC, Fischer, flexomed, Fliesen Keramik Schmitz, Flohe, FluidSystems, Fooke, FP International-Gruppe, Frembach, Fuchs, G&W Consulting, GEBRA, Gebrüder Lödige Maschinenbau, Gelbau, Georg Jordan, Geschwandtner + Felgemacher, GFA, GfG, GGK, gissih, Global Village, GLS, GoGaS Goch, go-S3 Business Solution, Grammer, Gronenberg, Groschopp, GSB, GSR, Günther Stock, Gustav Klauke, GWK Klebetechnik, GZD, H&P Unternehmensberatung, H. Sartorius Nachf., H. Schade, HAGEN INVENT, Hahnemühle, HANNING Elektro-Werke, Hanns Eggen, Hans Frintrup, Hans Soldan, Happich, Harold Scholz, HA-WI Kunststoffe, Hein, HEINER DIRECT, Heinrich Buhl, Hellweg Badsysteme, Helmut Hinz, Hempel Elektromaschinenbau, Hense Wägetechnik, Herforder Druckcenter, Hermann Koch, Hesels vom Berg Werbeagentur, Heusch, HGS, hightech ceram Dr. Steinmann + Partner, Hillebrand Coating Technologies, Hilma-Römheld, Hoffmeister Leuchten, Holzbau Becker & Sohn, Horlemann, HPS, HÜCO Automotive, iBS, ID Ausweissysteme, IGEFA Handelsgesellschaft, IHK Gesellschaft für Informationsverarbeitung, Image Access, IMS, Industrial Acoustic Company, Industrieverband Kunststoffverpackungen, ISB, ISG, ITB, ITC, IT-motive, J. H. vom Baur Sohn, Joh. van Acken, Johannes Leuchten, Jokey Plastik Wipperfürth, Josef Keller, Jung, Jungmann, Junkers & Müllers, K. Schulten, K3, Kalenborn Kalprotect, Karl Marbach, KBKEngineering, Kennametal, KfW Bankengruppe, Kfz Service Brenk, Klaus

Lurse Personal, Klöpffer-Therm, KMS, KOCHS, Konrad Rump, KPO, Krafft-Walzen, Kreuzer, Kreyenborg, KRÖGER Greifertechnik, KTW, Kunst- und Werbedruck Wedekind, Kunststoffwerke Adolf Hopf, Kurier Verlag, Kurt Meier, KWP, Kyowa Hakko Europe, Lebo, LEHMANN Locks, LEITERMANN, Lenz, Kämper, Ley + Wiegand, LLOYD Shoes, LLS Handelsservice, Logwin Solutions Deutschland, Losberger, Louvrette, LucaNet, Lucke EDV, Luckey, Lyomark, m.e.s. Marketing Sevice, Marketing Complete, Markus Adam, Maschinen Rudolf, mbb consult, MDS Holding, MEDA Manufacturing, mediaserve, mediengalerie, Meinolf Gockel, MENZEL Consulting, MERA Tiernahrung, Merkur, MESH, Meßner, Metzgerland, microsonic, Möbelwerk Ilse, Mokoflex, Mozart, Müller & Sohn, MWE Edelstahlmanufaktur, MYDATA, Nagler Normalien, Nähzentren Habrock, NanoFocus, NAUE, NBK, Netzteam, NGK Spark Plug Europe, NIEDERBERGER, Niggemeier & Leurs, Nilorn Germany, NRW.INVEST, Oberplast, ODAS, Oehr, Oerlikon Saurer, OrbiTeam, Ortlinghaus-Werke, OSA, Osborne Clarke, OTTO, Otto Kind, Otto Schnaudt, OVIBELL, Oxford Instruments, P.O.M., Panorama Anzeigenblatt Gruppe, parche & partner AG, PARSCH, PART Engineering, Paul Hildebrandt, Pelzer Acoustic Products, perbit, PERIT Consulting, Personal & Mehr, Peter Klein, pharma mall, Pinter Guss, PLS, Plüth Gebäudeautomation, Pneumotec, POLI-FILM-Gruppe, pp Druck, Privatbrauerei Ernst Barre, Promata, ProServ Management, ProTec Ingredia, PSi Printer Systems, QITS, QUADRINO, QuinScape, Rabofsky Faltmaschinen, radfieber, RBW, RDS Consulting, Recuperma, Reifen Tiemann, Report Anzeigenblatt, Rexhepaj Akustik und Trockenbau, Rhein-Getriebe, Rheinland Insulations, RIW-Gruppe, ROMEX, Römheld Friedrichshütte, rotaris, Roth & Lorenz, Rottendorf Pharma, Rottländer Business-IT GmbH, RSL Lichttechnik, RT-Reisen, Rüdiger Schnick Industrieberatung, Rudolf Hillebrand, RWE, S&D Service & Distribution, S&S, S. Siedle & Söhne, S. Steverding, s.e.t. electronics, Saacke Service, SABIC Deutschland, scarbo, SCHAAF Hydraulische Werkzeuge, Schäffer Maschinenfabrik, Schlaadt Plastics, Schleiff, Schnöring, scholz.msconsulting, Schönfeld-Zöller, Schulte - Press- und Stanzwerk, Schweers Consult, Schweiter Technologies, Schwinn, sepago, SET Stange Energietechnik, Sevenval, SEW EURODRIVE, SHK (Verband), Siegerland Bewachung, Sill Leuchten, SITA Airport IT, SITA Deutschland, SKI, Smartwares, SmurfitKappa, Spieth, SPIRIT, Sporto-med, SSG, STAHLWERK UNNA, Standardkessel, STANNOL, Stedele, Steeldesign, Stefan Schmedt, Stefan Tripp, Steinert Elektromagnetbau, Steinhaus, Steinmetz, Stell, Stender, stadtmediendesign, Straumann, surfactor, svh24.de-Gruppe, SWB, SYHAG, t+h ingema Ingenieurgesellschaft, Taktsoft, TANATEX, Taube, TCT, Teamwork, Tecno Pro, TEEPACK, Telefonbau Schneider, Tesla, TexStyles, THERMOPROZESS, THF, THI Deutschland, Thiesbürger, ThyssenKrupp, Tischlerei Markus Klemm, TOELLNER Eletronic Instrumente, Top Service, topsystem Systemhaus, transfluid Maschinenbau, TREDY-fashion, Tricept, TriniDat, TROX, TSI, Tüschchen & Zimmermann, TZT Wilbring, van Clewe, Vaneker & Koch, VDMA (Verband), VDW Verlag für die Deutsche Wirtschaft, Vecoplan, VEGA Software, VEKA, Verlag für elektronische Medien Melle, viadee, Videograph, Villiger Söhne, voestalpine Klöckner, Vogelsang, Volker Gehlen-Werkzeugbau, von Rohr Armaturen, Voortmann, Voswinkel, VSMA, Walter Gondrom, Walter Rau Neusser Öl und Fett, WDB, webmatch, Weikamp, Weiss Chemie, WERA, WERIIT, Werner Schulze Derne, WIBERG-Gruppe, WILD-Gruppe, Wilhelm Schröder, wissner-bosserhoff, WITTE-Velbert, Wuppermann, Zapf, zebra, Ziehwerk Plettenwerk



# Unser Antrieb: Zufriedenene Kunden

„Die Veranstaltung erlaubt es einer Führungskraft, über den eigenen Horizont hinaus zu blicken. Es werden praxisrelevante Themen diskutiert, über die es sich nachzudenken lohnt.“

**Bernhard Reisser**

Karl Marbach GmbH & Co. KG, Sales Director Marbach Group,

„Das Projekt ist durchweg eine Inspiration. Von jedem angesprochenen Thema ist etwas haften geblieben. Kollegen aus dem Unternehmen konnten von den Ideen begeistert und durch die Schulungen mit ins Boot geholt werden. Besonders positiv zu erwähnen ist auch der Erfahrungsaustausch mit den anderen Teilnehmern bzw. Unternehmen. Es hat sich eine Änderung der Denkweise vollzogen.“

**Sebastian Schlipköter**

Mozart AG, Geschäftsleitung

„Die Schulung hat uns wieder neue Impulse gegeben auch über unsere Vertriebstechiken nachzudenken. Wichtig hierbei war, dass ein abgesagter Auftrag noch kein verlorener Auftrag ist und man mit viel Geschick das Ruder drehen kann – wenn man weiß wie.“

**Thomas Fröhner**

RIW Personalservice GmbH, Leiter Zeitarbeit

„Auf diesem Wege möchte ich mich bereits heute mit den noch ganz frischen Eindrücken vom Seminartag bedanken. Für mich persönlich war dieses Seminar lehrreich, für mein Tagesgeschäft hilfreich und nicht zuletzt auch lebhaft vermittelt.“

**Ulrich Hauswirth**

NIEDERBERGER Rhein-Berg GmbH & Co. KG, Regionalleiter Vertrieb

„Danke für das interessante Seminar und die perfekte Organisation!“

**Anna Pistorius**

ProTec Ingredia GmbH, Senior Sales Manager

„Das Akquise-Seminar hat die verschiedenen Situationen sehr praxisnah vorgetragen. Die Übungen mit den Seminarteilnehmern wurden besonders anschaulich simuliert. Es war wirklich ein tolles Seminar.“

**Eva Blecher**

TOELLNER Electronic Instrumente GmbH, Vertrieb

„Ich bin begeistert: Wie einfach es sein kann, durch kleine Veränderungen in der Vorgehensweise ein besseres Ergebnis zu erhalten.“

**Dirk Bubenzer**

Voortmann GmbH & Co KG, Fachbereichsleiter

„Sehr gut fand ich die interaktive Führung und die überzeugenden, pragmatischen Übungen. Ich habe durch das Seminar einige verblüffende Erkenntnisse gewonnen.“

**Angela Apel**

Air fresh service, Vertrieb

„Das Seminar war für mich sehr aufschlussreich und super interessant. Die Moderation des Referenten sowie die Organisation des Tages haben das Seminar zu einem vollen Erfolg gemacht!“

**Verena Kuntze**

Dr. A. Kuntze GmbH

„Danke. Der Aufbau des Seminars Neue A-Kunden und die Art und Weise, wie der Trainer das Thema an uns vermittelt hat, war sehr gut!“

**Sandra Schell**

Siegerland Bewachung GmbH & Co. KG, Vertrieb

„Das Seminar war richtig, richtig gut. Es waren so viele Aspekte dabei, die ich in meinen Alltag einbauen kann.“

**Lisette Brandenburg**

Abbelen Fleischwaren GmbH & Co. KG, Key Account Export

„Der Tag war sehr interessant und lehrreich. Viele neue Ansätze, andere Blickwinkel, in einem Wort: inspirierend.“

**Gabriele Quirl**

ASKON Konstruktion & Personalmanagement GmbH, Vertrieb

„Am wertvollsten waren die Checklisten für das tägliche Geschäft, die konkreten Formulierungen und praktischen Hinweise bzw. Leitfäden.“

**Beatrix Müllers-Kostas**

Junkers & Müllers GmbH, Vertriebsinnendienst

„Unsere Mitarbeiter sind so begeistert von dem Seminar, dass wir gerne noch weitere Seminarthemen in Zukunft besuchen werden. Die Trainerinnen haben die Seminarinhalte sehr gut sowie praxisnah vermittelt und dadurch die Teilnehmer mit ins Boot geholt.“

**Diana Stumat**

MESH GmbH, Human Resources

„Ich fand das Seminar super, da der Referent immer sehr gute, praxisnahe Beispiele gegeben hat.“

**Sven Urban**

Erlebnisland Eurostrand GmbH & Co. KG, Geschäftsführender Gesellschafter

„Das Seminar 'Entscheider und Gremien überzeugen' war durch viele Praxis-Beispiele interessant und wertvoll. Es herrschte eine sehr angenehme und lockere Atmosphäre.“

**Markus Witte**

modulplus Systemwerkstätten GmbH

„Das Seminar 'Neue A-Kunden gewinnen' war sehr interessant und gab mir viele neue Inputs, die ich in meinem Arbeitsalltag sehr gut verwenden kann.“

**Jörg Scholtz**

edicos Group, Geschäftsführer

„Durch das Seminar habe ich einige verschiedene Tools an die Hand bekommen, die in der Praxis den Einsatz erleichtern und strukturieren.“

**Svenja Pasch**

Walter Rau AG, Marketing Manager

„Das Seminar von Milz & Comp. war sehr praxisnah – insbesondere die Leitfäden und Checklisten kann und werde ich ab morgen nutzen. Ich bin davon überzeugt, dass wir als Firma und ich persönlich damit sehr erfolgreich sein werden!“

**Michael Königs**

Kalenborn Kalprotect GmbH & Co. KG, Vertrieb Außendienst

# Allgemeine Buchungsbedingungen

## Allgemeine Buchungsbedingungen

Köln, November 2019

Die hier vereinbarten Konditionen gelten bis auf Weiteres auch für Folgeaufträge und sonstige Leistungen, die der Auftragnehmer zukünftig für den Auftraggeber durchführt. Die für Folgeaufträge relevanten Seminar-Themen, -Inhalte, -Methoden, -Zeiträume, Veranstaltungsorte und Trainer können jeweils in konkretisierenden Absprachen festgelegt werden und bedürfen dann keines separaten Vertrages. Die entsprechende Mehrwertsteuer ergibt sich aus dem jeweils zum Seminardatum gültigen gesetzlichen deutschen Mehrwertsteuersatz. Soweit nicht anderes vereinbart wurde, werden anteilige Seminartage wie ganze Seminartage mit einem vollen Tageshonorar berechnet. Die Tageshonorare gelten jeweils pro eingesetztem Trainer/Coach und werden in Vorkasse abgerechnet.

Eine Absage von vereinbarten Terminen ist bis 8 Wochen vor dem vereinbarten Termin kostenfrei möglich. Bei Stornierungen kürzer als 8 Wochen ist das vereinbarte Honorar zu 100 % fällig

jeweils zzgl. eventuell bereits gebuchter und nicht erstattungsfähiger Reisekostenaufwendungen.

Trainer, Inhalt und Ablauf des Seminars können unter Wahrung des Gesamtcharakters der Veranstaltung geändert werden. Absagen des Auftragnehmers aus wichtigem Grund (insbesondere bei Erkrankung oder Verunfallung des Trainers oder Zahlungsrückstand des Auftraggebers) behält sich der Auftragnehmer gegen volle Rückerstattung bereits gezahlter Gebühren vor. Hierbei entstehen dem Auftraggeber und den Teilnehmern keinerlei weitergehende Schadensersatzansprüche.

Der Auftragnehmer, dessen Mitarbeiter und dessen Unterauftragnehmer haften gegenüber dem Auftraggeber und den Teilnehmern nur für vorsätzliches und grob fahrlässiges Verhalten. Alle Empfehlungen, Hinweise und Vorschläge, die die Milz & Comp. gibt und macht, erfolgen nach bestem Wissen und

Gewissen. Eine weitergehende Haftung ist ausdrücklich ausgeschlossen. Der Auftragnehmer darf den Auftraggeber bis auf Widerruf als Referenz in seinen Medien nennen und ihm Informationsmaterialien zusenden.

Abweichende Vereinbarungen oder ergänzende Abmachungen sind nur gültig, wenn sie schriftlich erfolgt sind. Sollte eine der Bestimmungen dieses Vertrags ganz oder teilweise rechtswirksam sein oder werden, so wird die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen dadurch nicht berührt. In einem solchen Fall ist der Vertrag vielmehr seinem Sinne gemäß zur Durchführung zu bringen. Die Vertragsparteien werden daher anstelle der unwirksamen Klausel diejenige vereinbaren, die rechtlich und wirtschaftlich dem Gewollten am nächsten kommt. Gerichtsstand und Erfüllungsort bei Verträgen mit dem Unternehmen ist Köln. Es gilt deutsches Recht als vereinbart.

### Datenschutz

Die Teilnehmer erklären sich mit der Erfassung, Verarbeitung und Nutzung ihrer personenbezogenen Daten sowie deren Übermittlung an die Kooperationspartner, und deren technischen Dienstleister einverstanden, sofern dies für den Zweck der Teilnahme an der Fortbildung erforderlich ist. Ergänzend gelten die Datenschutzrichtlinien der Milz & Comp. GmbH, einzusehen unter [www.milz-comp.de](http://www.milz-comp.de).

Markus Milz, Geschäftsführer Milz & Comp. GmbH





# Kontakt

Wir freuen uns über Ihr Interesse an unserem Seminarprogramm!  
Alle Fragen zu Inhalten, zu unserer SALESTOOLBOX® und zu unserem Unternehmen beantworten wir Ihnen jederzeit gerne.

Leitung Akademie:  
Thomas Bohn, bohn@milz-comp.de

Ansprechpartner:  
Nina Reda, reda@milz-comp.de  
Nicole Zerres, zerres@milz-comp.de

## Milz & Comp.

**Milz & Comp. GmbH**  
Moltkestraße 67-69 | 50674 Köln  
Tel. +49.221.2054 800 | Fax +49.221.2720 204  
Mail: info@milz-comp.de | www.milz-comp.de