

# Programme und Workshops

## Katalog 2020



**ZIMMERLI**  
SALES & MANAGEMENT CONSULTANTS AG

#Industry4.0 #IoT #SolutionsandSystems #Industry4.0requiresales4.0 #Sales4.0 #Transformation #MindSet #PerformanceCulture #SalesTransformation KeyAccountManagement 4.0 # ProductManagement4.0



# Inhaltsverzeichnis Katalog

<b>Beratungsthemen / Strategische Programme</b> .....	3
Competitive Sales – Sales-DNA 4.0.....	4
Akquisition 4.0 / UpSelling / Cross Selling goes social .....	6
Consultative Selling / agiler Projektvertrieb.....	8
Industrie 4.0 erfordert Verkaufen 4.0.....	8
Scrum-it! Play - ein wettbewerbsorientiertes Spiel zu Agilität, hohen Abschlussquoten und ausgeschöpften Kundenpotentialen im Projektvertrieb .....	11
Scrum-it! - Agile Methoden für den Projektvertrieb .....	14
Challenger Sale – und andere „strategische Verkaufsmethoden“.....	18
ein wettbewerbsorientiertes Spiel im Kontext Industrie 4.0 / IoT.....	18
Excellence im Key Account Management – .....	21
Auf- und Ausbau von Schlüsselkunden im Kontext Industrie 4.0 / IoT.....	21
Sales Excellence .....	24
Consulting Skills 4.0 .....	25
Abschlüsse und kurze Verkaufszyklen statt Verschiebungen .....	27
Consultative Wording and Writing .....	29
Selling for Consultants .....	31
Kick Off.....	32
Market Segmentation and Strategic Sales Planning .....	33
Developing, managing and optimizing Sales Organisations .....	34
Developing, managing and optimizing indirect Sales Organisations.....	35
Implementation Services .....	36
CRM .....	37
Personnel Development 1 .....	38
Personnel Development 2 .....	39
Service Excellence .....	40
<b>Coachings</b> .....	42
Sales Process Coaching for Managers.....	43
Aufbau- und Coachingprogramm für Fachleute in Veränderung.....	44
Coaching 4.0 für Führungskräfte und Mitarbeiter.....	46
<b>Taktische Programme</b> .....	48
Winning Sales Negotiations .....	49
Winning Sales Presentations .....	50
<b>Lehrgänge</b> .....	51
Betriebswirtschaftliche Grundlagen / Betriebswirtschaftliche Planspiele .....	52
Selling 4.0 for Engineers .....	53
Aufbau- und Coachingprogramm für Fachleute, die in den Vertrieb wechseln wollen.....	55
Projektmanagement – Methodik Grundlagen.....	57
Projektmanagement – Projektleitung und Teamführung .....	59
Selbstmanagement im Projekt .....	61
Kommunikation in Führung und Alltag .....	63
Veränderungen im Unternehmen gestalten .....	65
<b>Öffentliche Workshops</b> .....	67
Siehe Webseite <a href="http://www.zimmerli-consulting.com">www.zimmerli-consulting.com</a>	

# **Beratungsthemen / Strategische Programme**



**ZIMMERLI**  
SALES & MANAGEMENT CONSULTANTS AG



# Competitive Sales – Sales-DNA 4.0

Nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit im Vertrieb etablieren

Interviews, Win- / Loss-Analysen, Prozess-Analysen, Workshops, Auswertung

## Zielgruppe

Das Thema Competitive Sales – Sales-DNA 4.0 ist für Entscheider gedacht, die sich analytisch mit dem b2b-Vertrieb von anspruchsvollen Dienstleistungen, Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT beschäftigen. Im Idealfall nehmen vollständige Teams teil d.h. Account- Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Produktmanager, Service-Manager, Marketing-Spezialisten und Berater.

## Ausgangslage

Um nachhaltige unternehmerische Resultate zu generieren, reicht es nicht aus, „gut“ zu sein. Unabhängig davon, wie viel bereits in Schulungen und Seminare investiert worden ist, nach welcher Strategie oder Methodik gearbeitet wird oder welches CRM-System zum Einsatz kommt: entscheidend ist, ob die Organisation wettbewerbsfähig ist und ob sich damit nachhaltige Resultate erzielen lassen.

In der Praxis werden Entscheidungen über mögliche Prioritäten und Optimierungen aufgrund fehlender objektiver Kriterien viel zu oft der subjektiven Einschätzung einzelner Personen überlassen. Das führt bei Personalwechseln zu Hin- und Her-Entscheidungen, zu wenig Kontinuität, wenig Nachhaltigkeit und letztlich zu Veränderungslosigkeit der betroffenen Funktionen.

## Programmziele

Auf einer sachlichen, objektiven und nachvollziehbaren Basis wird in Zusammenarbeit mit Schlüssel-personen des Kunden eine „Sales-DNA“ zum Stand der aktuellen Wettbewerbsfähigkeit erarbeitet, aufbereitet und zusammen mit einer Empfehlung dokumentiert.

Die Teilnehmer erarbeiten eine Übersicht zum aktuellen Stand der Wettbewerbsfähigkeit der Organisation. Dabei werden Prozesse, Kennzahlen und Systeme abgefragt, getestet (evtl. unter Mithilfe von Kunden) und mit Erfahrungswerten der Branche und des Wettbewerbs verglichen. Daraus werden die „grössten Hebel zu nachhaltigen Resultaten“ und Aktionspläne zur weiteren Optimierung der Organisation herausgearbeitet.

## Programm-Schwerpunkte

- Vertriebs-Strategie
- Vertriebs-Management
- Kundenbeziehungs-Management
- Informations-Management



## Nutzen

- **Nachhaltige Optimierung** – Statt individueller Wahrnehmung und individueller Kriterien werden aufgrund von nachvollziehbaren, objektiven Kriterien der „grösste Hebel zu nachweisbaren Resultaten“ identifiziert und gemeinsam Schwerpunkte zur weiteren Optimierung der Organisation festgelegt.
- **Akzeptanz und Commitment der Teilnehmer** – Durch die Mitarbeit von Schlüsselpersonen aus der Kundenorganisation wird ein Entscheid über eine weitere Optimierung breit abgestützt und auf einer objektiven und nachvollziehbaren Faktenlage getroffen. Die Bereitschaft zu einer nachhaltigen Mitarbeit steigt.
- **Umsatz erhöhen** – Im Programm werden Aktionspläne für Einzelpersonen, ganze Teams bzw. Firmen erarbeitet und durch Kennzahlen nachvollziehbar gemacht. Sie erleben abteilungs-übergreifende Teamarbeit unter Profis.
- **Wettbewerbsfähigkeit und Effektivität steigern** – Die “wahren” Engpässe am “PoS” (Point of Sales) kommen auf den Tisch und können abgearbeitet werden.
- **Abteilungs-übergreifende Zusammenarbeit und Coaching** – Sie lernen, einen Verkaufsprozess systematisch zu optimieren und beteiligte Ressourcen z.B. PreSales, Support, Consulting, Service, Produkte-Management, Management gezielt einzusetzen. Im Idealfall sind diese Ressourcen im Programm mit dabei.
- **Genauere Prognosen** – Aus den Erkenntnissen optimieren Sie systematisch den Verkaufsprozess und verbessern die Aussagekraft Ihrer Prognosen wesentlich.
- **Preise und Deckungsbeiträge halten** – Sie sind stolz darauf, nicht der günstigste Anbieter zu sein. Sie bieten keine Schnäppchen mehr an, sondern lernen, durch hieb- und stichfeste Nutzenargumente und Differenzierungsmerkmale werthaltig zu verkaufen. Sie freuen sich auf die Abschlussverhandlung mit dem Einkäufer, weil Sie den Wert Ihrer Lösung kennen und diesen auch vertreten können. Damit gewinnen Sie die Wertschätzung der Einkäufer und verteidigen Ihre Preise und Deckungsbeiträge.

## Dauer des Programms

Kundenspezifisch, je nach Grösse der Organisation und Tiefe der Analyse

## Leitung

Das Programm wird durch Thomas Zimmerli durchgeführt.

Thomas Zimmerli ist als CMC (Certified Management Consultant) zertifiziert, arbeitet selber erfolgreich im Verkauf und verfügt über langjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Mehr als 5000 Personen aus > 500 Firmen haben seit 2003 an seinen Programmen teilgenommen. Unter Anwendung seiner Methodik wurden substanzielle Verkaufsprojekte z.B. die Neat (Nationale Alpentransversale durch den Gotthard) oder die Fassade der Fifa in Zürich und viele andere in vielen Branchen gewonnen. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich und liegen bei uns nur in verschlüsselter Form vor.



## Akquisition 4.0 / UpSelling / Cross Selling goes social

Wahre Profis reagieren nicht nur auf Anfragen, sondern generieren regelmässig eigene Verkaufschancen, challengen die Kunden, setzen sich eigene Ziele und planen systematisch die Akquise zur Erreichung eines Jahresziels. Die Bandbreite der Zielgruppen und der Kontaktkanäle nimmt dabei laufend zu. Ein zeitgemässer Kommunikations- und Distributionsmix nutzt alle Kanäle vom Webshop über soziale Netzwerke bis zur persönlichen Kundenansprache auf C-Level und dem Key Account Management zur Generierung von Verkaufschancen.

### Zielgruppe

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten neben Verkaufs-Verantwortlichen auch Verantwortliche für Business Development und Marketing teilnehmen. Sehr geeignet sind die Inhalte auch für Produkt-Manager, Projekt-Leiter sowie Service-Verantwortliche, die vorhandene Kundenkontakte zum Ausbau der Geschäftsbeziehung und zur Unterstützung des Vertriebs nutzen möchten.

### Ziele

Die Teilnehmer lernen die Metrik für die Erreichung eines Jahresziels kennen. Daraus werden individuelle Kennzahlen erarbeitet, anhand derer der Fortschritt der Arbeit kontinuierlich verfolgt werden kann. Die Teilnehmer gewinnen Sicherheit bei der kontinuierlichen Verfolgung von Zielen und lernen praxisbezogene Methoden für die proaktive Identifikation von neuen Verkaufschancen kennen. In kleinen Gruppen erarbeiten die Teilnehmer eine praxisbezogene Vorgehensweise für geplante Akquisitionen bei Neu- und Bestandskunden, bereiten diese vor und starten diese direkt aus dem Workshop heraus.

### Workshop-Inhalte

- Metrik für die Erreichung eines Jahresziels
- Abstimmung der Kennzahlen mit dem CRM-System
- Die Akquise und der eigene aktuelle Kommunikations-Mix
- Eigene Stärken kennenlernen
- Erkennen von Nutzenpotentialen aus Sicht des Kunden
- Entwickeln eines eigenen „Nutzenportfolios“
- Up Selling, Cross Selling
- Recherche und benötigte Informationen
- Zielkunden / Zielprojekte / Zielperson und Kontaktstrategie
- Kommunikation: brieflich, telefonisch, in sozialen Netzwerken
- Identifikation und Ansprache des „Buying Centers“ des Kunden
- Vermeidung von und Umgang mit Einwänden
- Das Script
- Umfassende Vorbereitung der Akquisition
- Besuche vor- und nachbereiten
- Umsetzen der Erkenntnisse auf die ausgewählten Zielkunden der Teilnehmer

### Dauer des Programms, Einstiegs-Level

Das Programm beginnt mit einem ca. 1-tägigen Management-Workshop für die Führungskräfte. Ein zweitägiger Workshop erfolgt anschliessend im Team. Ein follow up findet 2 bis 3 Monate nach dem Workshop statt. Ein ca. 1-tägiger Auswertungs-Workshop bildet den Abschluss des Programms. Das Programm ist anschliessend modular weiter auf die Levels Professional, Advanced und Excellence ausbaubar.



## **Vorbereitung der Teilnehmer**

Die Teilnehmer wählen je 2 eigene Zielkunden zur Bearbeitung im Workshop aus. Die Teilnehmer wenden das Gelernte im Workshop direkt auf die ausgewählten Zielkunden an.

## **Professional-Level**

Um eine nachhaltige Implementierung zu erreichen bei gleichzeitiger Schonung der verkaufsaktiven Zeit, ist das Programm aufbauend auf dem Einstiegs-Level modular weiter ausbaubar. Der Einstiegs-Level enthält meist e-learning, Präsenz-Workshops und Software. Ab dem Professional-Level können weitere digitale Lernformen z.B. Videos, kundenspezifische e-learnings, Webinare, Coaching von Teilnehmern und Führungskräften etc. zum Einsatz kommen.

Ab dem Professional-Level sind Assessments, die Abstimmung mit Mitarbeiter-Entwicklungsprogrammen, Tests, eine firmenspezifische Zertifizierung und Leistungsmessung am PoS (Point of Sales) möglich.

## **Advanced-Level**

Ab dem Advanced-Level können weitere Elemente wie z.B. Sales-DNA, Consulting Skills, BWL-Skills, Proactive Akquisition, Abschluss statt Verschiebung, Winning Sales Negotiations, Projektmanagement zum Einsatz kommen. Diese werden kundenspezifisch durch weitere digitale Lernformen z.B. Videos, kundenspezifische e-learnings, Webinare, Coaching von Teilnehmern und Führungskräften etc. ergänzt.

Auch auf diesem Level sind Assessments, die Abstimmung mit Mitarbeiter-Entwicklungsprogrammen, Tests, eine firmenspezifische Zertifizierung und Leistungsmessung am PoS (Point of Sales) möglich.

## **Excellence-Level**

Auf dem Excellence-Level liegt der Schwerpunkt auf der Nachhaltigkeit der Umsetzung. Teilnehmer auf diesem Niveau verfügen über einen nachvollziehbaren Leistungsausweis beim Anwenden der Methodik. Diese können z.B. bei einem internationalen Roll Out als interne Trainer und Change Agents eingesetzt werden. Diese beherrschen über die reinen fachspezifischen Skills hinaus zusätzlich Consulting und Berater-Skills und sind dafür als Trainer, allenfalls als CMC zertifiziert.

Auch auf diesem Level sind Assessments, die Abstimmung mit Mitarbeiter-Entwicklungsprogrammen, Tests, eine firmenspezifische Zertifizierung und Leistungsmessung am PoS (Point of Sales) möglich.

## **Leitung**

Das Programm wird durch Thomas Zimmerli oder andere langjährig erfahrene Berater durchgeführt. Thomas Zimmerli ist als CMC (Certified Management Consultant) zertifiziert, arbeitet selber erfolgreich im Verkauf und verfügt über langjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Mehr als 5000 Personen aus mehr als 500 Firmen haben seit 2003 weltweit an seinen Programmen teilgenommen. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich und liegen bei uns nur in verschlüsselter Form vor.



# Consultative Selling / agiler Projektvertrieb

## Industrie 4.0 erfordert Verkaufen 4.0

Erhöhen des Erfolgs im Verkauf von Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT durch eine systematische Vorgehensweise

e-learning, Workshops, Software, Videos, Zertifizierung, Web Learning

### Zielgruppe

Consultative Selling / agiler Projektvertrieb ist für Teilnehmer gedacht, die sich mit dem Vertrieb von anspruchsvollen Dienstleistungen, Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT beschäftigen.

Verkauft wird heute oft in Teams – deshalb ist es optimal, wenn vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account-, Key Account- Bid- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Service-Manager, Produktmanager, Projektleiter und Berater.

### Programmziele

Die Teilnehmer lernen praxisbezogene Methoden für die Gewinnung von anspruchsvollen Verkaufschancen kennen und wenden diese direkt im Programm an. Dabei werden aktuelle Vertriebsprojekte der Teilnehmer in kleinen Gruppen analysiert und Aktionspläne zum Gewinnen der Projekte erarbeitet. Aus den Erkenntnissen wird ein Verkaufsprozess erarbeitet.

### Programm-Inhalte

- Ausgangslage, Zielsetzung und Potential des Kunden – das „big-picture“
- „Die Vision“ des Anbieters für den Kunden
- Aufstellen des „Selling Centers“ des Anbieters – Umgang mit knappen Ressourcen
- Qualifizieren der Verkaufschancen nach Erfolgswahrscheinlichkeit und Kundenwert und treffen von Go / No-Go Entscheidungen
- Erarbeiten und verstehen der horizontalen Wertschöpfungsnetzwerke und der vertikalen Wertschöpfungskette des Kunden
- Erkennen von Nutzenpotentialen und Differenzierungsmerkmalen in der Wertschöpfungskette des Kunden
- Erkennen der Bedürfnisse und Entscheidungskriterien des Kunden – erkennen des Wertes der Lösung für den Kunden
- Entwickeln von personenspezifischen Nutzenargumentationen
- Erarbeiten von Business-Cases, Management Summaries, Investitions-Anträgen und Life-Cycle-Berechnungen
- Vorbereiten der Lösungs-Präsentation – persönlich evtl. digital
- Souveräner und proaktiver Umgang mit dem Einkauf des Kunden - auch unter Druck
- Moderation des Entscheidungsprozesses beim Kunden – Erkenntnisse aus dem Projekt- und Change-Management
- Erkennen von Gründen für Verschiebungen und proaktiver Umgang damit
- Identifikation und Ansprache des „Buying Centers“ des Kunden
- Aufbau der Präsenz auf unterschiedlichen Ebenen in der Organisation des Kunden und nutzen / mitgestalten der Gruppendynamik
- Analyse des Wettbewerbs und der Handlungsalternativen des Kunden
- Aktionsplanung
- Auf- und Ausbau der Kundenbeziehung, UpSelling, CrossSelling
- Erarbeiten eines bereichs-übergreifenden Verkaufsprozesses





## Nutzen

- **Kundenbeziehung festigen** – Sie lernen statt über Produkte zu sprechen das „wahre“ Problem des Kunden zu identifizieren und mit ihm gemeinsam „seine“ Lösung zu erarbeiten - durch einen beratungsorientierten Ansatz im Verkauf. Dadurch werden Sie künftig von Ihren Kunden und Ihren internen Prozesspartnern als Berater und Projektleiter geschätzt, arbeiten auf gleicher Augenhöhe und schliessen Ihre Verkaufsvorhaben mit einer beneidenswerten Eleganz und Sicherheit ab.
- **Umsatz erhöhen** – Jeder Teilnehmer wendet die Erkenntnisse direkt im Workshop auf sein grösstes / wichtigstes / kritischstes Projekt an und erstellt unter Mithilfe und Coaching aller Teilnehmer und des Beraters seinen persönlichen Aktionsplan. Sie erleben Teamarbeit unter Profis unter Praxisbedingungen.
- **Abschlussquote und Effektivität steigern** – Sie arbeiten Chancen und Risiken des eigenen Verkaufsprojektes heraus und erkennen no-Go's rasch und schonungslos. Sie werden im Alltag in die Lage versetzt sich auf Verkaufsvorhaben zu fokussieren, die eine hohe Erfolgswahrscheinlichkeit haben.
- **Unterstützung von Teamselling und Coaching** – Sie lernen, einen Verkaufsprozess systematisch zu führen und beteiligte Ressourcen z.B. aus PreSales, Support, Consulting, Service, Produkte-Management, Management zu erhalten und gezielt einzusetzen. Im Idealfall sind diese Ressourcen im Programm mit dabei.
- **Genauere Prognosen** – Aus den Erkenntnissen erarbeiten Sie einen systematischen, bereichsübergreifenden Verkaufsprozess und verbessern die Aussagekraft Ihrer Prognosen wesentlich.
- **Preise und Deckungsbeiträge halten** – Sie sind stolz darauf, nicht der günstigste Anbieter sein zu müssen. Sie bieten keine Schnäppchen mehr an, sondern lernen, durch hieb- und stichfeste Nutzenargumente werthaltig zu verkaufen. Sie freuen sich auf die Abschlussverhandlung mit dem Einkäufer, weil Sie den Wert Ihrer Lösung kennen und diesen auch vertreten können. Damit gewinnen Sie die Wertschätzung der Einkäufer und verteidigen Ihre Preise und Deckungsbeiträge.

## Resultate und Stimmen von Teilnehmern

- „Wir haben die Resultate dieses Programms ausgewertet und über eine Zeit von mehreren Jahren verfolgt. Es hat sich eine nachhaltige Umsatzsteigerung von 10-15% pro Jahr und eine von 45 auf 70% gesteigerte Abschlussquote im Projektgeschäft gezeigt“. Dieses Programm ist damit mit Abstand das nachhaltigste und wirksamste das wir je durchgeführt haben“.  
**Lösungs- und Systemanbieter Digitalisierung**
- „Nach dem wir über 5 Jahre keinen Auftrag bei einem Zielkunden gewinnen konnten, ist uns nun nach diesem Programm der Durchbruch gelungen“  
**Lösungs- und Systemanbieter Automotive**
- „In einem anspruchsvollen Geschäftsfeld hatten wir seit mehreren Jahren rückläufige Umsätze und Deckungsbeiträge – nach diesem Programm ist uns nach ca. ½ Jahr durch eine Systematisierung der Marktbearbeitung ein nachhaltiger Trendumkehr gelungen der bis heute anhält“  
**IT Lösungs- und Systemanbieter**
- „Wir haben in unserem wichtigsten Zielmarkt an der grössten öffentlichen Ausschreibung in diesem Jahr teilgenommen und wollten Nichts dem Zufall überlassen. Zur Unterstützung wurde dieses Programm mit dem ganzen Team durchgeführt. Den Auftrag haben wir gegen äusserst starken Wettbewerb gewonnen. Das war eindeutig auf die systematische Bearbeitung der Opportunity zurückzuführen. In dieser Konsequenz hatten wir das noch nie getan“.  
**IT-Software-Hersteller**
- „Die Optimierung des Verkaufsprozesses hat bei uns eine abteilungsübergreifende Organisationsentwicklung angestossen. Die vereinbarten Ziele wurden weit übertroffen. Neben den erwarteten Resultaten wie Steigerung von Umsatz und Deckungsbeitrag hat das Programm uns geholfen, die Fluktuation in der Technik zu reduzieren. Dadurch waren wir in den letzten 2 Jahren in der Lage, die Organisation zu stabilisieren sowie die Resultate nahezu zu verdoppeln.“  
**IT-Software-Hersteller**
- „Dieses Programm hat uns ein weiteres Mal geholfen, die Sicherheit in der Zielerreichung in unserem globalen Vertrieb (direkt und indirekt) zu steigern.“  
**Lösungs- und Systemanbieter Medical**



### **Dauer des Programms, Einstiegs-Level**

Das Programm beginnt mit einem ca. 1-tägigen Management-Workshop für die Führungskräfte. Ein zweitägiger Workshop erfolgt anschliessend im Team. Ein follow up findet 2 bis 3 Monate nach dem Workshop statt. Ein ca. 1-tägiger Auswertungs-Workshop bildet den Abschluss des Programms. Das Programm ist anschliessend modular weiter auf die Levels Professional, Advanced und Excellence ausbaubar.

### **Vorbereitung der Teilnehmer**

Die Teilnehmer erhalten bereits vor dem Workshop die Möglichkeit, sich mit Hilfe unseres e-learning-Systems in Ruhe in die Inhalte einlesen zu können. Sie erhalten dadurch viele Erklärungen und kommen bereits vorbereitet in das Programm.

Sie analysieren und beschreiben vorab mit Hilfe unserer Software die Situation in eigenen wichtigen Verkaufsprojekten. Dadurch bleibt im Workshop genügend Zeit, um die Erkenntnisse direkt auf die eigenen Verkaufsprojekte anzuwenden. Für diese Vorbereitung wenden Sie ca. 4h auf.

### **Professional-Level**

Um eine nachhaltige Implementierung zu erreichen bei gleichzeitiger Schonung der verkaufsaktiven Zeit, ist das Programm aufbauend auf dem Einstiegs-Level modular weiter ausbaubar. Der Einstiegs-Level enthält meist e-learning, Präsenz-Workshops und Software. Ab dem Professional-Level können weitere digitale Lernformen z.B. Videos, kundenspezifische e-learnings, Webinare, Coaching von Teilnehmern und Führungskräften etc. zum Einsatz kommen.

Ab dem Professional-Level sind Assessments, die Abstimmung mit Mitarbeiter-Entwicklungsprogrammen, Tests, eine firmenspezifische Zertifizierung und Leistungsmessung am PoS (Point of Sales) möglich

### **Advanced-Level**

Ab dem Advanced-Level können weitere Elemente wie z.B. Sales-DNA, Consulting Skills, BWL-Skills, Proactive Akquisition, Abschluss statt Verschiebung, Winning Sales Negotiations, Projektmanagement zum Einsatz kommen. Diese werden kundenspezifisch durch weitere digitale Lernformen z.B. Videos, kundenspezifische e-learnings, Webinare, Coaching von Teilnehmern und Führungskräften etc. ergänzt.

Auch auf diesem Level sind Assessments, die Abstimmung mit Mitarbeiter-Entwicklungsprogrammen, Tests, eine firmenspezifische Zertifizierung und Leistungsmessung am PoS (Point of Sales) möglich.

### **Excellence-Level**

Auf dem Excellence-Level liegt der Schwerpunkt auf der Nachhaltigkeit der Umsetzung. Teilnehmer auf diesem Niveau verfügen über einen nachvollziehbaren Leistungsausweis beim Anwenden der Methodik. Diese können z.B. bei einem internationalen Roll Out als interne Trainer und Change Agents eingesetzt werden. Diese beherrschen über die reinen fachspezifischen Skills hinaus zusätzlich Consulting und Berater-Skills und sind dafür als Trainer, allenfalls als CMC zertifiziert.

Auch auf diesem Level sind Assessments, die Abstimmung mit Mitarbeiter-Entwicklungsprogrammen, Tests, eine firmenspezifische Zertifizierung und Leistungsmessung am PoS (Point of Sales) möglich.

### **Leitung**

Das Programm wird durch Thomas Zimmerli oder andere langjährig erfahrene Berater durchgeführt. Thomas Zimmerli ist als CMC (Certified Management Consultant) zertifiziert, arbeitet selber erfolgreich im Verkauf und verfügt über langjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Mehr als 5000 Personen aus > 500 Firmen haben seit 2003 weltweit an seinen Programmen teilgenommen. Unter Anwendung seiner Methodik wurden substantielle Verkaufsprojekte z.B. die Neat (Nationale Alpentransversale durch den Gotthard) oder die Fassade der Fifa in Zürich und viele andere in vielen Branchen im b2b-Umfeld gewonnen. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich und liegen bei uns nur in verschlüsselter Form vor.



## **Scrum-it! Play - ein wettbewerbsorientiertes Spiel zu Agilität, hohen Abschlussquoten und ausgeschöpften Kundenpotentialen im Projektvertrieb**

Erhöhen des Erfolgs im Verkauf von Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT durch die Adaptierung agiler Methoden im Verkaufsprozess

### **Ausgangslage**

Statistiken zeigen auf, dass ca.  $\frac{2}{3}$  der Projekte, die mit einer klassischen Wasserfall-Methode verfolgt werden, scheitern. Der Wasserfall entspricht übertragen auf den Vertrieb einem statischen Verkaufsprozess.

Beim Einsatz agiler Methoden scheitern weniger als  $\frac{1}{3}$ .

Schwarz-weiss ist die Welt deshalb nicht. Einer der Gründe für die Differenz dürfte darin liegen, dass z.B. beim Einsatz von Scrum der Planungs-Horizont kürzer ist. Darüber hinaus wird die Lösung nicht vorab in einem Lastenheft spezifiziert und dann von Anbietern präsentiert, sondern in kleinen, inkrementellen Schritten in enger Abstimmung mit dem Kunden erarbeitet und Schritt für Schritt abgenommen.

Die Unterschiede sind beeindruckend: wenn es gelingt die wesentlichen Erkenntnisse aus dem Einsatz agiler Methoden auf den Vertrieb zu übertragen, könnte das eine Steigerung der durchschnittlichen Abschlussquote von 33% auf 66% oder um 100% bedeuten!

Damit die Erkenntnisse einen nachhaltigen Lerneffekt haben, spielen nach einem Theorie-Input zu Scrum in einem Wettbewerb 3 Gruppen in einem realistischen, praxis-bezogenen Verkaufsprozess gegeneinander. Der beste Business-Case gewinnt. Einzelne Teilschritte werden ebenfalls bewertet. Jede Gruppe profitiert und gewinnt direkt und praktisch umsetzbare Umsetzungskompetenzen.

### **Zielgruppe**

Scrum it! – Adaptierte Methoden für den agilen Projektvertrieb ist für Teilnehmer gedacht, die sich mit dem Vertrieb von anspruchsvollen Dienstleistungen, Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT beschäftigen. Unternehmen setzen oft bereits erfolgreich agile Methoden wie Consultative Selling, Scrum, Kanban, Design Thinking oder Lean ein – im Grunde geht es bei diesen agilen Ansätzen darum, die Zusammenarbeit abteilungsübergreifend schneller und effektiver zu gestalten und auf den Kundennutzen auszurichten. Es ist deshalb optimal, wenn vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account-, Key Account- Bid- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Marketing- und Service-Manager, Produktmanager, Projektleiter und Berater.

### **Programmziele**

Die Teilnehmer lernen praxisbezogene, agile Methoden für die Gewinnung von anspruchsvollen Verkaufschancen kennen und wenden diese direkt im Programm an. Dabei wird in einem Wettbewerb ein aktuelles Vertriebsprojekt parallel von 3 Gruppen vom Erst-Kontakt bis zum Abschluss bearbeitet.



## Programm-Inhalte

- Übersicht, Ziele, Nutzen und Inhalte agiler Methoden
- Rollen und Rituale im agilen Vertrieb
- Anwendung z.B. von Sprint-Reviews, Win- und Loss-Analysen und Retrospektiven
- Ausgangslage, Zielsetzung und Potential des Kunden – das „big-picture“
- „Die Vision“ des Anbieters für den Kunden
- Aufstellen des „Selling Centers“ des Anbieters – das „Wir-Gefühl“ und Umgang mit knappen Ressourcen
- Qualifizieren der Verkaufschancen nach Erfolgswahrscheinlichkeit und Kundenwert, Fokussierung von Ressourcen und treffen von Go / No-Go Entscheidungen
- Verstehen der horizontalen Wertschöpfungsnetzwerke und der vertikalen Wertschöpfungskette des Kunden
- Erkennen von Nutzenpotentialen und Differenzierungsmerkmalen in der Wertschöpfungskette
- Erkennen der Bedürfnisse und Entscheidungskriterien des Kunden – erkennen des Wertes der Lösung für den Kunden
- Entwickeln von personenspezifischen Nutzenargumentationen
- Erarbeiten von Business-Cases, Management Summaries, Investitions-Anträgen und Life-Cycle-Berechnungen
- Vorbereiten der Lösungs-Präsentation – persönlich evtl. digital
- Souveräner und proaktiver Umgang mit dem Einkauf des Kunden - auch unter Druck
- Moderation des Entscheidungsprozesses beim Kunden – Erkenntnisse aus dem Projekt- und Change-Management
- Erkennen von Gründen für Verschiebungen und proaktiver Umgang damit
- Identifikation und Ansprache des „Buying Centers“ des Kunden
- Aufbau der Präsenz auf unterschiedlichen Ebenen in der Organisation des Kunden und nutzen / mitgestalten der Gruppendynamik
- Analyse des Wettbewerbs und der Handlungsalternativen des Kunden
- Aktionsplanung
- Auf- und Ausbau der Kundenbeziehung, UpSelling, CrossSelling
- Erarbeiten eines bereichs-übergreifenden Verkaufsprozesses

## Nutzen

- **Kundenbeziehung festigen** – Sie lernen, statt über Produkte zu sprechen, das „wahre“ Problem des Kunden zu identifizieren und mit ihm gemeinsam „seine“ Lösung zu erarbeiten - durch einen beratungsorientierten Ansatz im Verkauf. Dadurch werden Sie künftig von Ihren Kunden und Ihren internen Prozesspartnern als Berater und Projektleiter geschätzt, arbeiten auf gleicher Augenhöhe und schliessen Ihre Verkaufsvorhaben mit einer beneidenswerten Eleganz und Sicherheit ab.
- **Umsatz erhöhen** – Jeder Teilnehmer wendet die Erkenntnisse direkt im Workshop auf sein grösstes / wichtigstes / kritischstes Projekt an und erstellt unter Mithilfe und Coaching aller Teilnehmer und des Beraters seinen persönlichen Aktionsplan. Sie erleben Teamarbeit unter Profis unter Praxisbedingungen.
- **Abschlussquote und Effektivität steigern** – Sie arbeiten Chancen und Risiken des eigenen Verkaufsprojektes heraus und erkennen no-Go's rasch und schonungslos. Sie werden im Alltag in die Lage versetzt sich auf Verkaufsvorhaben zu fokussieren, die eine hohe Erfolgswahrscheinlichkeit haben.
- **Unterstützung von Teamselling und Coaching** – Sie lernen, einen Verkaufsprozess systematisch zu führen und beteiligte Ressourcen z.B. aus PreSales, Support, Consulting, Service, Produkte-Management, Management zu erhalten und gezielt einzusetzen. Im Idealfall sind diese Ressourcen im Programm mit dabei.
- **Genauere Prognosen** – Aus den Erkenntnissen erarbeiten Sie einen systematischen, bereichsübergreifenden Verkaufsprozess und verbessern die Aussagekraft Ihrer Prognosen wesentlich.
- **Preise und Deckungsbeiträge halten** – Sie sind stolz darauf, nicht der günstigste Anbieter sein zu müssen. Sie bieten keine Schnäppchen mehr an, sondern lernen, durch hieb- und stichfeste Nutzenargumente werthaltig zu verkaufen. Sie freuen sich auf die Abschlussverhandlung mit dem Einkäufer, weil Sie den Wert Ihrer Lösung kennen und diesen auch vertreten können. Damit gewinnen Sie die Wertschätzung der Einkäufer und verteidigen Ihre Preise und Deckungsbeiträge.



## Resultate und Stimmen von Teilnehmern

- „Wir haben die Resultate dieses Programms ausgewertet und über eine Zeit von mehreren Jahren verfolgt. Es hat sich eine nachhaltige Umsatzsteigerung von 10-15% pro Jahr und eine von 45 auf 70% gesteigerte Abschlussquote im Projektgeschäft gezeigt. Dieses Programm ist damit mit Abstand das nachhaltigste und wirksamste das wir je durchgeführt haben. Wir werden es deshalb weltweit ausrollen.“

### **Lösungs- und Systemanbieter Digitalisierung**

- „Nach dem wir über 5 Jahre keinen Auftrag bei einem Zielkunden gewinnen konnten, ist uns nun nach diesem Programm der Durchbruch gelungen“

### **Lösungs- und Systemanbieter Automotive**

- „In einem anspruchsvollen Geschäftsfeld hatten wir seit mehreren Jahren rückläufige Umsätze und Deckungsbeiträge – nach diesem Programm ist uns nach ca. ½ Jahr durch eine Systematisierung der Marktbearbeitung ein nachhaltiger Trendumkehr gelungen der bis heute anhält“

### **IT Lösungs- und Systemanbieter**

- „Wir haben in unserem wichtigsten Zielmarkt an der grössten öffentlichen Ausschreibung in diesem Jahr teilgenommen und wollten Nichts dem Zufall überlassen. Zur Unterstützung wurde dieses Programm mit dem ganzen Team durchgeführt. Den Auftrag haben wir gegen äusserst starken Wettbewerb gewonnen. Das war eindeutig auf die systematische Bearbeitung der Opportunity zurückzuführen. In dieser Konsequenz hatten wir das noch nie getan.“

### **IT-Software-Hersteller**

- „Die Optimierung des Verkaufsprozesses hat bei uns eine abteilungsübergreifende Organisationsentwicklung angestossen. Die vereinbarten Ziele wurden weit übertroffen. Neben den erwarteten Resultaten wie Steigerung von Umsatz und Deckungsbeitrag hat das Programm uns geholfen, die Fluktuation in der Technik zu reduzieren. Dadurch waren wir in den letzten 2 Jahren in der Lage, die Organisation zu stabilisieren sowie die Resultate nahezu zu verdoppeln.“

### **IT-Software-Hersteller**

- „Dieses Programm hat uns ein weiteres Mal geholfen, die Sicherheit in der Zielerreichung in unserem globalen Vertrieb (direkt und indirekt) zu steigern.“

### **Lösungs- und Systemanbieter Medical**

## Perspektiven

Dieses Programm ist nach dem Einstiegs-Level weiter auf die Levels "Professional", "Advanced" und "Excellence" ausbaubar. Dabei können weitere digitale Lernformen z.B. Videos, kundenspezifische e-learning, Webinare, Coaching von Teilnehmern und Führungskräften etc. zum Einsatz kommen.

Ab dem Professional-Level sind Assessments, die Abstimmung mit Mitarbeiter-Entwicklungsprogrammen, Tests, eine firmenspezifische Zertifizierung und Leistungsmessung am PoS (Point of Sales) möglich.

Ab dem Advanced-Level können weitere Elemente wie z.B. Sales-DNA, Consulting Skills, BWL-Skills, Proactive Akquisition, Abschluss statt Verschiebung, Winning Sales Negotiations, Projektmanagement zum Einsatz kommen. Diese werden kundenspezifisch durch weitere digitale Lernformen z.B. Videos, kundenspezifische e-learning, Webinare, Coaching von Teilnehmern und Führungskräften etc. ergänzt.

Auf dem Excellence-Level liegt der Schwerpunkt auf der Nachhaltigkeit der Umsetzung. Teilnehmer auf diesem Niveau verfügen über einen nachvollziehbaren Leistungsausweis beim Anwenden der Methodik. Diese können z.B. bei einem internationalen Roll Out als interne Trainer und Change Agents eingesetzt werden. Diese beherrschen über die reinen fachspezifischen Skills hinaus zusätzlich Consulting und Berater-Skills und sind dafür als Trainer, allenfalls als CMC zertifiziert.

## Leitung

Das Programm wird durch Thomas Zimmerli oder andere langjährig erfahrene Berater durchgeführt. Thomas Zimmerli ist als CMC (Certified Management Consultant) zertifiziert, arbeitet selber erfolgreich im Verkauf und verfügt über langjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. > 5000 Personen aus > 500 Firmen haben seit 2003 weltweit an seinen Programmen teilgenommen. Unter Anwendung seiner Methodik wurden substantielle Verkaufsprojekte z.B. die Neat (Nationale Alpentransversale durch den Gotthard) oder die Fassade der Fifa in Zürich und viele andere in vielen Branchen im b2b-Umfeld gewonnen. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich und liegen bei uns nur in verschlüsselter Form vor.



## Scrum-it! - Agile Methoden für den Projektvertrieb

Erhöhen des Erfolgs im Verkauf von Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT durch die Adaptierung agiler Methoden im Verkaufsprozess

e-learning, Workshops, Software, Videos, Zertifizierung, Web Learning

### Ausgangslage

Statistiken zeigen auf, dass ca.  $\frac{2}{3}$  der Projekte, die mit einer klassischen Wasserfall-Methode verfolgt werden, scheitern. Der Wasserfall entspricht übertragen auf den Vertrieb einem statischen Verkaufsprozess.

Beim Einsatz agiler Methoden scheitern weniger als  $\frac{1}{3}$ .

Schwarz-weiss ist die Welt deshalb nicht. Einer der Gründe für die Differenz dürfte darin liegen, dass z.B. beim Einsatz von Scrum der Planungs-Horizont kürzer ist. Darüber hinaus wird die Lösung nicht vorab in einem Lastenheft spezifiziert und dann präsentiert, sondern in kleinen, inkrementellen Schritten in enger Abstimmung mit dem Kunden erarbeitet und Schritt für Schritt abgenommen.

Die Unterschiede sind beeindruckend: wenn es gelingt die wesentlichen Erkenntnisse aus dem Einsatz agiler Methoden auf den Vertrieb zu übertragen, könnte das eine Steigerung der durchschnittlichen Abschlussquote von 33% auf 66% oder um  $\frac{1}{3}$  bedeuten!

Es lohnt sich deshalb, hier genau hinzuschauen. Ob und wie viel davon möglich oder effizient ist, soll an dieser Veranstaltung mit den Teilnehmern anhand von realen Beispielen der Teilnehmer umgesetzt werden.

### Zielgruppe

Scrum it! – Adaptierte Methoden für den agilen Projektvertrieb ist für Teilnehmer gedacht, die sich mit dem Vertrieb von anspruchsvollen Dienstleistungen, Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT beschäftigen. Unternehmen setzen oft bereits erfolgreich agile Methoden wie Consultative Selling, Scrum, Kanban, Design Thinking oder Lean ein – im Grunde geht es bei diesen agilen Ansätzen darum, die Zusammenarbeit abteilungsübergreifend schneller und effektiver zu gestalten und auf den Kundennutzen auszurichten. Es ist deshalb optimal, wenn vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account-, Key Account- Bid- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Marketing- und Service-Manager, Produktmanager, Projektleiter und Berater.

### Programmziele

Die Teilnehmer lernen praxisbezogene, agile Methoden für die Gewinnung von anspruchsvollen Verkaufschancen kennen und wenden diese direkt im Programm an. Dabei werden aktuelle Vertriebsprojekte der Teilnehmer in kleinen Gruppen analysiert und Aktionspläne zum Gewinnen der Projekte erarbeitet. Aus den Erkenntnissen wird der Verkaufsprozess überarbeitet.



## Programm-Inhalte

- Übersicht, Ziele, Nutzen und Inhalte agiler Methoden
- Rollen und Rituale im agilen Vertrieb
- Anwendung z.B. von Sprint-Reviews, Win- und Loss-Analysen und Retrospektiven
- Ausgangslage, Zielsetzung und Potential des Kunden – das „big-picture“
- „Die Vision“ des Anbieters für den Kunden
- Aufstellen des „Selling Centers“ des Anbieters – das „Wir-Gefühl“ und Umgang mit knappen Ressourcen
- Qualifizieren der Verkaufschancen nach Erfolgswahrscheinlichkeit und Kundenwert, Fokussierung von Ressourcen und treffen von Go / No-Go Entscheidungen
- Verstehen der horizontalen Wertschöpfungsnetzwerke und der vertikalen Wertschöpfungskette des Kunden
- Erkennen von Nutzenpotentialen und Differenzierungsmerkmalen in der Wertschöpfungskette
- Erkennen der Bedürfnisse und Entscheidungskriterien des Kunden – erkennen des Wertes der Lösung für den Kunden
- Entwickeln von personenspezifischen Nutzenargumentationen
- Erarbeiten von Business-Cases, Management Summaries, Investitions-Anträgen und Life-Cycle-Berechnungen
- Vorbereiten der Lösungs-Präsentation – persönlich evtl. digital
- Souveräner und proaktiver Umgang mit dem Einkauf des Kunden - auch unter Druck
- Moderation des Entscheidungsprozesses beim Kunden – Erkenntnisse aus dem Projekt- und Change-Management
- Erkennen von Gründen für Verschiebungen und proaktiver Umgang damit
- Identifikation und Ansprache des „Buying Centers“ des Kunden
- Aufbau der Präsenz auf unterschiedlichen Ebenen in der Organisation des Kunden und nutzen / mitgestalten der Gruppendynamik
- Analyse des Wettbewerbs und der Handlungsalternativen des Kunden
- Aktionsplanung
- Auf- und Ausbau der Kundenbeziehung, UpSelling, CrossSelling
- Erarbeiten eines bereichs-übergreifenden Verkaufsprozesses

## Nutzen

- **Kundenbeziehung festigen** – Sie lernen, statt über Produkte zu sprechen das „wahre“ Problem des Kunden zu identifizieren und mit ihm gemeinsam „seine“ Lösung zu erarbeiten - durch einen beratungsorientierten Ansatz im Verkauf. Dadurch werden Sie künftig von Ihren Kunden und Ihren internen Prozesspartnern als Berater und Projektleiter geschätzt, arbeiten auf gleicher Augenhöhe und schliessen Ihre Verkaufsvorhaben mit einer beneidenswerten Eleganz und Sicherheit ab.
- **Umsatz erhöhen** – Jeder Teilnehmer wendet die Erkenntnisse direkt im Workshop auf sein grösstes / wichtigstes / kritischstes Projekt an und erstellt unter Mithilfe und Coaching aller Teilnehmer und des Beraters seinen persönlichen Aktionsplan. Sie erleben Teamarbeit unter Profis unter Praxisbedingungen.
- **Abschlussquote und Effektivität steigern** – Sie arbeiten Chancen und Risiken des eigenen Verkaufsprojektes heraus und erkennen no-Go's rasch und schonungslos. Sie werden im Alltag in die Lage versetzt sich auf Verkaufsvorhaben zu fokussieren, die eine hohe Erfolgswahrscheinlichkeit haben.
- **Unterstützung von Teamselling und Coaching** – Sie lernen, einen Verkaufsprozess systematisch zu führen und beteiligte Ressourcen z.B. aus PreSales, Support, Consulting, Service, Produkte-Management, Management zu erhalten und gezielt einzusetzen. Im Idealfall sind diese Ressourcen im Programm mit dabei.
- **Genauere Prognosen** – Aus den Erkenntnissen erarbeiten Sie einen systematischen, bereichsübergreifenden Verkaufsprozess und verbessern die Aussagekraft Ihrer Prognosen wesentlich.
- **Preise und Deckungsbeiträge halten** – Sie sind stolz darauf, nicht der günstigste Anbieter sein zu müssen. Sie bieten keine Schnäppchen mehr an, sondern lernen, durch hieb- und stichfeste Nutzenargumente werthaltig zu verkaufen. Sie freuen sich auf die Abschlussverhandlung mit dem Einkäufer, weil Sie den Wert Ihrer Lösung kennen und diesen auch vertreten können. Damit gewinnen Sie die Wertschätzung der Einkäufer und verteidigen Ihre Preise und Deckungsbeiträge.



## Resultate und Stimmen von Teilnehmern

- „Wir haben die Resultate dieses Programms ausgewertet und über eine Zeit von mehreren Jahren verfolgt. Es hat sich eine nachhaltige Umsatzsteigerung von 10-15% pro Jahr und eine von 45 auf 70% gesteigerte Abschlussquote im Projektgeschäft gezeigt. Dieses Programm ist damit mit Abstand das nachhaltigste und wirksamste das wir je durchgeführt haben. Wir werden es deshalb weltweit ausrollen.“  
**Lösungs- und Systemanbieter Digitalisierung**
- „Nach dem wir über 5 Jahre keinen Auftrag bei einem Zielkunden gewinnen konnten, ist uns nun nach diesem Programm der Durchbruch gelungen“  
**Lösungs- und Systemanbieter Automotive**
- „In einem anspruchsvollen Geschäftsfeld hatten wir seit mehreren Jahren rückläufige Umsätze und Deckungsbeiträge – nach diesem Programm ist uns nach ca. ½ Jahr durch eine Systematisierung der Marktbearbeitung ein nachhaltiger Trendumkehr gelungen der bis heute anhält“  
**IT Lösungs- und Systemanbieter**
- „Wir haben in unserem wichtigsten Zielmarkt an der grössten öffentlichen Ausschreibung in diesem Jahr teilgenommen und wollten Nichts dem Zufall überlassen. Zur Unterstützung wurde dieses Programm mit dem ganzen Team durchgeführt. Den Auftrag haben wir gegen äusserst starken Wettbewerb gewonnen. Das war eindeutig auf die systematische Bearbeitung der Opportunity zurückzuführen. In dieser Konsequenz hatten wir das noch nie getan.“  
**IT-Software-Hersteller**
- „Die Optimierung des Verkaufsprozesses hat bei uns eine abteilungsübergreifende Organisationsentwicklung angestossen. Die vereinbarten Ziele wurden weit übertroffen. Neben den erwarteten Resultaten wie Steigerung von Umsatz und Deckungsbeitrag hat das Programm uns geholfen, die Fluktuation in der Technik zu reduzieren. Dadurch waren wir in den letzten 2 Jahren in der Lage, die Organisation zu stabilisieren sowie die Resultate nahezu zu verdoppeln.“  
**IT-Software-Hersteller**
- „Dieses Programm hat uns ein weiteres Mal geholfen, die Sicherheit in der Zielerreichung in unserem globalen Vertrieb (direkt und indirekt) zu steigern.“  
**Lösungs- und Systemanbieter Medical**

## Dauer des Programms, Einstiegs-Level

Das Programm beginnt mit einem ca. 1-tägigen Management-Workshop für die Führungskräfte. Ein zweitägiger Workshop erfolgt anschliessend im Team. Ein follow up findet 2 bis 3 Monate nach dem Workshop statt. Ein ca. 1-tägiger Auswertungs-Workshop bildet den Abschluss des Programms. Das Programm ist anschliessend modular weiter auf die Levels Professional, Advanced und Excellence ausbaubar.

## Vorbereitung der Teilnehmer

Die Teilnehmer erhalten bereits vor dem Workshop die Möglichkeit, sich mit Hilfe unseres e-learning-Systems in Ruhe in die Inhalte einlesen zu können. Sie erhalten dadurch viele Erklärungen und kommen bereits vorbereitet in das Programm.

Sie analysieren und beschreiben vorab mit Hilfe unserer Software die Situation in eigenen wichtigen Verkaufsprojekten. Dadurch bleibt im Workshop genügend Zeit, um die Erkenntnisse direkt auf die eigenen Verkaufsprojekte anzuwenden. Für diese Vorbereitung wenden Sie ca. 4h auf.

## Perspektiven

Das Programm ist nach dem Einstiegs-Level weiter auf die Levels "Professional", "Advanced" und "Excellence" ausbaubar. Dabei können weitere digitale Lernformen z.B. Videos, kundenspezifische e-learnings, Webinare, Coaching von Teilnehmern und Führungskräften etc. zum Einsatz kommen.

Ab dem Professional-Level sind Assessments, die Abstimmung mit Mitarbeiter-Entwicklungsprogrammen, Tests, eine firmenspezifische Zertifizierung und Leistungsmessung am PoS (Point of Sales) möglich.





Ab dem Advanced-Level können weitere Elemente wie z.B. Sales-DNA, Consulting Skills, BWL-Skills, Proactive Akquisition, Abschluss statt Verschiebung, Winning Sales Negotiations, Projektmanagement zum Einsatz kommen. Diese werden kundenspezifisch durch weitere digitale Lernformen z.B. Videos, kundenspezifische e-learnings, Webinare, Coaching von Teilnehmern und Führungskräften etc. ergänzt.

Auf dem Excellence-Level liegt der Schwerpunkt auf der Nachhaltigkeit der Umsetzung. Teilnehmer auf diesem Niveau verfügen über einen nachvollziehbaren Leistungsausweis beim Anwenden der Methodik. Diese können z.B. bei einem internationalen Roll Out als interne Trainer und Change Agents eingesetzt werden. Diese beherrschen über die reinen fachspezifischen Skills hinaus zusätzlich Consulting und Berater-Skills und sind dafür als Trainer, allenfalls als CMC zertifiziert.

### **Leitung**

Das Programm wird durch Thomas Zimmerli oder andere langjährig erfahrene Berater durchgeführt. Thomas Zimmerli ist als CMC (Certified Management Consultant) zertifiziert, arbeitet selber erfolgreich im Verkauf und verfügt über langjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. > 5000 Personen aus > 500 Firmen haben seit 2003 weltweit an seinen Programmen teilgenommen. Unter Anwendung seiner Methodik wurden substantielle Verkaufsprojekte z.B. die Neat (Nationale Alpentransversale durch den Gotthard) oder die Fassade der Fifa in Zürich und viele andere in vielen Branchen im b2b-Umfeld gewonnen. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich und liegen bei uns nur in verschlüsselter Form vor.



# Challenger Sale – und andere „strategische Verkaufsmethoden“

## ein wettbewerbsorientiertes Spiel im Kontext Industrie 4.0 / IoT

Erhöhen des Erfolgs im Verkauf von Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT durch die zeitgemässe Adaptierung strategischer Methoden im Verkaufsprozess

### Zielgruppe

Challenger Sale – und andere „strategische Verkaufsmethoden“ - ist für Teilnehmer gedacht, die sich mit dem Vertrieb von anspruchsvollen Dienstleistungen, Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT beschäftigen. Verkauft wird heute oft in Teams – deshalb ist es optimal, wenn vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account-, Key Account- Bid- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Service-Manager, Produktmanager, Projektleiter und Berater.

### Ausgangslage und Ziele

Seit den 80-er Jahren des letzten Jahrhunderts haben sich verschiedene strategische Verkaufsmethoden wie Consultative Selling, Solution Selling, Strategic Selling, Challenger Sale und weitere im Markt etabliert. Obwohl einige davon immer wieder als allumfassende Heilsbringer propagiert werden, erleben Anwender im Alltag, dass jede dieser Methoden ihre Vor- und Nachteile hat und nicht für jede Situation und jeden Kundentyp geeignet ist.

Die wahren Profis kennen einige dieser Methoden und deren Vor- und Nachteile und setzen situativ den jeweils passenden Ansatz in ihrem Alltag ein.

Die Teilnehmer lernen strategische Methoden für die Gewinnung von anspruchsvollen Verkaufschancen im Sinne von Best Practises kennen und wenden diese direkt im Programm an.

Damit die Erkenntnisse einen nachhaltigen Lerneffekt haben, spielen nach einem Theorie-Input in einem Wettbewerb 3 Gruppen in einem realistischen, praxis-bezogenen Verkaufsprozess gegeneinander. Der beste Business-Case gewinnt. Einzelne Teilschritte werden ebenfalls bewertet. Jede Gruppe profitiert und gewinnt direkt und praktisch umsetzbare Umsetzungskompetenzen.

### Programm-Inhalte

- Der „Challenger-Ansatz“
- Der „Beziehungs-Ansatz“
- Der „Arbeiter-Ansatz“
- Der „Problemlöser-Ansatz“
- Der „Lonely-Wolf“
- Erkenntnisse und Erfordernisse an den Vertrieb im Kontext Industrie 4.0 / IoT
- Verknüpfung der Ansätze mit zeitgemässen agilen Methoden z.B. Scrum
- Erarbeiten und verstehen der horizontalen Wertschöpfungsnetzwerke und der vertikalen Wertschöpfungskette des Kunden
- Erkennen von Nutzenpotentialen und Differenzierungsmerkmalen in der Wertschöpfungskette



- Erkennen der Bedürfnisse und Entscheidungskriterien des Kunden – erkennen des Wertes der Lösung für den Kunden
- Erarbeiten von Business-Cases, Management Summaries, Investitions-Anträgen und Life-Cycle-Berechnungen
- Vorbereiten der Lösungs-Präsentation – persönlich evtl. digital
- Souveräner und proaktiver Umgang mit dem Einkauf des Kunden - auch unter Druck
- Aktionsplanung
- Auf- und Ausbau der Kundenbeziehung, UpSelling, CrossSelling

## Nutzen

- **Kundenbeziehung festigen** – Sie lernen statt über Produkte zu sprechen das „wahre“ Problem des Kunden zu identifizieren und eine Lösung zu erarbeiten - durch einen strategischen Ansatz im Verkauf.
- **Umsatz erhöhen** – Jeder Teilnehmer wendet die Erkenntnisse direkt im Workshop auf sein grösstes / wichtigstes / kritischstes Projekt an und erstellt unter Mithilfe und Coaching aller Teilnehmer und des Beraters seinen persönlichen Aktionsplan. Sie erleben Teamarbeit unter Profis unter Praxisbedingungen.
- **Abschlussquote und Effektivität steigern** – Sie arbeiten Chancen und Risiken des eigenen Ansatzes heraus und erkennen Engpässe rasch und schonungslos. Sie werden im Alltag in die Lage versetzt situativ diese Methode einzusetzen, die eine hohe Erfolgswahrscheinlichkeit garantiert.
- **Unterstützung von Teamselling und Coaching** – Sie lernen, einen Verkaufsprozess systematisch zu führen und beteiligte Ressourcen z.B. aus PreSales, Support, Consulting, Service, Produkte-Management, Management zu erhalten und gezielt einzusetzen. Im Idealfall sind diese Ressourcen im Programm mit dabei.
- **Genauere Prognosen** – Aus den Erkenntnissen erarbeiten Sie einen Aktionsplan und verbessern die Aussagekraft Ihrer Prognosen wesentlich.
- **Preise und Deckungsbeiträge halten** – Sie sind stolz darauf, nicht der günstigste Anbieter sein zu müssen. Sie bieten keine Schnäppchen mehr an, sondern lernen, werthaltig zu verkaufen.

## Resultate und Stimmen von Teilnehmern

- „Wir haben die Resultate dieses Programms ausgewertet und über eine Zeit von mehreren Jahren verfolgt. Es hat sich eine nachhaltige Umsatzsteigerung von 10-15% pro Jahr und eine von 45 auf 70% gesteigerte Abschlussquote im Projektgeschäft gezeigt“. Dieses Programm ist damit mit Abstand das nachhaltigste und wirksamste das wir je durchgeführt haben“  
**Lösungs- und Systemanbieter Digitalisierung**
- „Nach dem wir über 5 Jahre keinen Auftrag bei einem Zielkunden gewinnen konnten, ist uns nun nach diesem Programm der Durchbruch gelungen“  
**Lösungs- und Systemanbieter Automotive**
- „In einem anspruchsvollen Geschäftsfeld hatten wir seit mehreren Jahren rückläufige Umsätze und Deckungsbeiträge – nach diesem Programm ist uns nach ca. ½ Jahr durch eine Systematisierung der Marktbearbeitung ein nachhaltiger Trendumkehr gelungen der bis heute anhält“  
**IT Lösungs- und Systemanbieter**
- „Wir haben in unserem wichtigsten Zielmarkt an der grössten öffentlichen Ausschreibung in diesem Jahr teilgenommen und wollten Nichts dem Zufall überlassen. Zur Unterstützung wurde dieses Programm mit dem ganzen Team durchgeführt. Den Auftrag haben wir gegen äusserst starken Wettbewerb gewonnen. Das war eindeutig auf die systematische Bearbeitung der Opportunity zurückzuführen. In dieser Konsequenz hatten wir das noch nie getan“.  
**IT-Software-Hersteller**
- „Die Optimierung des Verkaufsprozesses hat bei uns eine abteilungsübergreifende Organisationsentwicklung angestossen. Die vereinbarten Ziele wurden weit übertroffen. Neben den erwarteten Resultaten wie Steigerung von Umsatz und Deckungsbeitrag hat das Programm uns geholfen, die Fluktuation in der Technik zu reduzieren. Dadurch waren wir in den letzten 2 Jahren in der Lage, die Organisation zu stabilisieren sowie die Resultate nahezu zu verdoppeln.“  
**IT-Software-Hersteller**
- „Dieses Programm hat uns ein weiteres Mal geholfen, die Sicherheit in der Zielerreichung in unserem globalen Vertrieb (direkt und indirekt) zu steigern.“  
**Lösungs- und Systemanbieter Medical**



## **Perspektiven**

Dieses Programm ist nach dem Einstiegs-Level weiter auf die Levels "Professional", "Advanced" und "Excellence" ausbaubar. Dabei können weitere digitale Lernformen z.B. Videos, kundenspezifische e-learning, Webinare, Coaching von Teilnehmern und Führungskräften etc. zum Einsatz kommen.

Ab dem Professional-Level sind Assessments, die Abstimmung mit Mitarbeiter-Entwicklungsprogrammen, Tests, eine firmenspezifische Zertifizierung und Leistungsmessung am PoS (Point of Sales) möglich.

Ab dem Advanced-Level können weitere Elemente wie z.B. Sales-DNA, Consulting Skills, BWL-Skills, Proactive Akquisition, Abschluss statt Verschiebung, Winning Sales Negotiations, Projektmanagement zum Einsatz kommen. Diese werden kundenspezifisch durch weitere digitale Lernformen z.B. Videos, kundenspezifische e-learning, Webinare, Coaching von Teilnehmern und Führungskräften etc. ergänzt.

Auf dem Excellence-Level liegt der Schwerpunkt auf der Nachhaltigkeit der Umsetzung. Teilnehmer auf diesem Niveau verfügen über einen nachvollziehbaren Leistungsausweis beim Anwenden der Methodik. Diese können z.B. bei einem internationalen Roll Out als interne Trainer und Change Agents eingesetzt werden. Diese beherrschen über die reinen fachspezifischen Skills hinaus zusätzlich Consulting und Berater-Skills und sind dafür als Trainer, allenfalls als CMC zertifiziert.

## **Leitung**

Das Programm wird durch Thomas Zimmerli oder andere langjährig erfahrene Berater durchgeführt. Thomas Zimmerli ist als CMC (Certified Management Consultant) zertifiziert, arbeitet selber erfolgreich im Verkauf und verfügt über langjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Mehr als 5000 Personen aus > 500 Firmen haben seit 2003 weltweit an seinen Programmen teilgenommen. Unter Anwendung seiner Methodik wurden substantielle Verkaufsprojekte z.B. die Neat (Nationale Alpentransversale durch den Gotthard) oder die Fassade der Fifa in Zürich und viele andere in vielen Branchen im b2b-Umfeld gewonnen. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich und unter Verschluss.



# **Excellence im Key Account Management – Auf- und Ausbau von Schlüsselkunden im Kontext In- dustrie 4.0 / IoT**

Kundenbindung / Kundenentwicklung bei Schlüsselkunden systematisch umsetzen  
Präsenzworkshops - Zertifikatslehrgang

## **Ausgangslage**

Märkte und Kunden verändern sich rasend schnell - das klassische statische Account-Planning oder ein trusted-Advisor-Ansatz für Key Accounts hilft in diesem Kontext zu wenig weiter. Es wird Zeit zu handeln und bisherige Vorgehensweisen zu hinterfragen.

Erfolgreiche Anbieter im Industrie 4.0 / IoT-Umfeld setzen heute meist auf einen multi-Channel-Vertrieb. Große und wichtige Kunden erwarten trotzdem eine Betreuung „aus einem Guss“. Einzelne Initiativen helfen in diesem Kontext wenig weiter – gefordert ist eine übergeordnete Funktion, die das ganze Potential des Kunden adressiert und alle „Points of Contact“ einschliesst.

In diesem Kontext sprechen wir weniger über das klassische Account Planning als über den klugen Einsatz des Marketing-Mix.

Den geborenen Key Account Manager gibt es nicht - es ist ein Handwerk, das sich erlernen und trainieren lässt. Sie werden erfahrene Trainer erleben, die die Inhalte selber in der Praxis anwenden und Best-Practises und Erfahrungen in der Anwendung agiler Methoden gerne austauschen.

## **Zielgruppe**

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account-Key Account- Global Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten und Berater.

## **Lernziele**

Die Teilnehmer lernen praxisbezogene Vorgehensweisen für den Ausbau der Beziehungen mit Schlüsselkunden kennen. Dabei werden aktuelle Kundenbeziehungen der Teilnehmer in kleinen Gruppen analysiert und Aktionspläne erarbeitet.



## Programm-Inhalte

- Der vorhandene Marketing-Mix
- Ausgangslage und Ziele für Key Account Management
- Einsatz agiler Methoden zur Optimierung des "Customer Engagement Life-Cycles"
- Auswahl von Key Accounts
- Erarbeiten des "big-pictures" des Kunden
- Verkaufen "nach Innen" beim Anbieter - Aufstellen multi-disziplinärer "Selling Centers" und Wertschöpfungsnetzwerke
- Verstehen der Wertschöpfungskette des Kunden
- Erkennen und Adressieren von Nutzenpotentialen in der Wertschöpfungskette des Kunden
- Identifikation und Ansprache des „Buying Centers“ des Kunden - der Hebel in's System
- Entwickeln von personenspezifischen Nutzenargumentationen
- Vertrauen und Glaubwürdigkeit auf allen Ebenen in der Kundenorganisation erreichen
- Den Kunden beim Ausbau seines Geschäftes unterstützen
- BWL-Grundlagen, Businessplanung
- Organisatorische Voraussetzungen in der Firma des Anbieters
- Führen in virtuellen Teams
- Controlling

## Workshop-Nutzen

- **Kundenbeziehungen ausbauen und festigen** – durch einen beratungsorientierten Ansatz in der Kundenbetreuung
- **Umsatz erhöhen** – durch systematische Identifikation von Nutzenpotentialen
- **Langfristig kontinuierlicher Umsatz** – durch Verankerung auf allen Ebenen in der Kundenorganisation
- **Stabile Partnerschaft** – durch besseres Verständnis des Geschäftes den Kunden
- **Preise und Deckungsbeiträge halten** – durch wirksame Nutzenargumente

## Dauer

Das Programm beginnt mit einem 1-tägigen Vorbereitungsworkshop, an dem wir die Organisationen der Teilnehmer und die eingesetzten Instrumente kennenlernen, gemeinsam Ziele und Massnahmen daraus ableiten und Account-Pläne vorbereiten.

Anschliessend folgt ein 2-tägiger Workshop, in dem gemeinsam dem „Customer Life-Cycle“ entlang benötigte Prozesse und Instrumente erarbeitet werden. Agile Methoden kommen zum Einsatz.

Ein follow up findet 3 bis 4 Monate nach dem Workshop statt.

Darüber hinaus gehört 1/2 Tag Individual-Coaching pro Teilnehmer über die Dauer des Programms dazu.

## Vorbereitung der Teilnehmer

Um den Nutzen zu maximieren, wird mit eigenen, realen Kunden-Beziehungen der Teilnehmer und aktuellen, wichtigen Verkaufsprojekten gearbeitet.



### **Resultate und Stimmen von Teilnehmern**

· „Wir haben die Resultate dieses Programms ausgewertet und über eine Zeit von mehreren Jahren verfolgt. Es hat sich eine nachhaltige Umsatzsteigerung von 10-15% pro Jahr und eine von 45 auf 70% gesteigerte Abschlussquote im Projektgeschäft gezeigt“. Dieses Programm ist damit mit Abstand das nachhaltigste und wirksamste das wir je durchgeführt haben“.

### **Lösungs- und Systemanbieter Digitalisierung**

· „Nach dem wir über 5 Jahre keinen Auftrag bei einem Zielkunden gewinnen konnten, ist uns nun nach diesem Programm der Durchbruch gelungen“

### **Lösungs- und Systemanbieter Automotive**

· „In einem anspruchsvollen Geschäftsfeld hatten wir seit mehreren Jahren rückläufige Umsätze und Deckungsbeiträge – nach diesem Programm ist uns nach ca. ½ Jahr durch eine Systematisierung der Marktbearbeitung ein nachhaltiger Trendumkehr gelungen der bis heute anhält“

### **IT Lösungs- und Systemanbieter**

· „Wir haben in unserem wichtigsten Zielmarkt an der grössten öffentlichen Ausschreibung in diesem Jahr teilgenommen und wollten Nichts dem Zufall überlassen. Zur Unterstützung wurde dieses Programm mit dem ganzen Team durchgeführt. Den Auftrag haben wir gegen äusserst starken Wettbewerb gewonnen. Das war eindeutig auf die systematische Bearbeitung der Opportunity zurückzuführen. In dieser Konsequenz hatten wir das noch nie getan“.

### **IT-Software-Hersteller**

· „Die Optimierung des Verkaufsprozesses hat bei uns eine abteilungsübergreifende Organisationsentwicklung angestossen. Die vereinbarten Ziele wurden weit übertroffen. Neben den erwarteten Resultaten wie Steigerung von Umsatz und Deckungsbeitrag hat das Programm uns geholfen, die Fluktuation in der Technik zu reduzieren. Dadurch waren wir in den letzten 2 Jahren in der Lage, die Organisation zu stabilisieren sowie die Resultate nahezu zu verdoppeln.“

### **IT-Software-Hersteller**

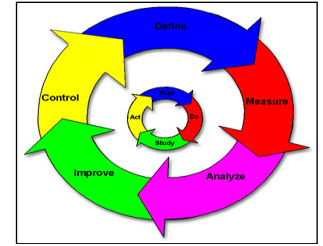
· „Dieses Programm hat uns ein weiteres Mal geholfen, die Sicherheit in der Zielerreichung in unserem globalen Vertrieb (direkt und indirekt) zu steigern.“

### **Lösungs- und Systemanbieter Medical**

### **Leitung**

Das Programm wird durch Thomas Zimmerli durchgeführt.

Thomas Zimmerli ist als CMC (Certified Management Consultant) zertifiziert, arbeitet selber erfolgreich im Verkauf und verfügt über langjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Mehr als 5000 Personen aus > 500 Firmen haben seit 2003 an seinen Programmen teilgenommen. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich und liegen bei uns nur in verschlüsselter Form vor.



## Sales Excellence

Optimierung und Steuerung der Prozesse im Verkaufsbereich, ein kundenspezifisches Programm

### Ausgangslage

Bei vielen Firmen liegen die wahren Engpässe in der Qualität des Verkaufsvorganges. Trotz guten Produkten wird die Unternehmung nur bedingt wettbewerbsfähig und schöpft Marktpotentiale nur unzureichend aus. Die Niveaus der Verkaufstätigkeit erfassen wir wie folgt:

#### Level 1: Level 1-Unternehmen sind im Verkauf nicht wettbewerbsfähig

- Die Verkaufsleistung wird in Umsatz und Deckungsbeitrag gemessen, Verkaufen wird nicht als Prozess gelebt/ gemessen, die Qualität des Verkaufsprozesses ist unbekannt
- Win-/Loss-Analysen werden nur stichprobenweise durchgeführt und nicht dokumentiert, Fehlleistungen werden nicht erfasst, Ressourcen mit immer den gleichen Fehlern verschwendet
- Vom Sales-Management wird wenig operative Führungsarbeit gefordert
- Kennzahlen werden nicht generiert oder tragen nur unwesentlich zum Ausbau der Verkaufsleistung bei
- Keine systematische Mitarbeiter-Entwicklung
- Die hohe Zahl unqualifizierter Verkaufsvorgänge führt zu Komplexität und tiefer Verkaufs-Produktivität
- Oft wird unsystematisch und gleichzeitig an allen Stellschrauben gedreht

#### Level 2: Level 2-Unternehmen haben ein höheres Umsatz- und Ertragspotential

- Kennzahlen und die Messung von Fehlleistungen sind zu einem Steuerungsinstrument geworden
- Von der Problemlösung zur strategischen Verbesserung. Alle Kernprozesse werden prozessfähig
- Die Verkaufsprozesse beziehen gemeinsame Prozesse mit anderen Abteilungen mit ein
- Die Komplexität der täglichen Arbeit ist gesunken
- Instrumente und Hilfsmittel sind standardisiert und werden auf allen Ebenen gelebt
- Entscheidungen werden direkt in der gleichen Hierarchiestufe getroffen

#### Level 4: Level 4-Unternehmen haben eine deutlich über dem Branchenschnitt liegende Umsatz- und Ertragsproduktivität

- Fehlleistungen sind stark gesunken
- Die Organisation orientiert sich nicht nur an den aktuellen Zahlen, sondern setzt sich „Weltklasseziele“
- Die Prozesse werden beherrscht und operativ durchgehend eingesetzt
- Andere Abteilungen, Kunden und externe Partner werden in den Prozess einbezogen
- Die Mitarbeiter-Entwicklung wird systematisch betrieben
- Der Sprung auf Level 6 erfordert Prozessdenken und Wille zur Perfektion

### Programmziele

Durch einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess wird der Verkaufsprozess in kleinen, realistischen Schritten optimiert und die Effizienz gesteigert. In der Regel erfolgt die Verbesserung schrittweise in 3 Schritten:

- Schaffung eines strukturierten Verkaufsprozesses, Dokumentation, qualifizierte Ziele, Erfassung von Kennzahlen und Fehlleistungen, Entscheidungskompetenz in die operative Ebene, Schulung
- Benchmarks für Zieldefinition, Kontinuierliches Prozess-Redesign, operative Qualitätsverbesserungen, andere Abteilungen einbeziehen, alle Kernprozesse werden prozessfähig, vereinfacht, standardisiert, Entscheidungskompetenz in der operativen Ebene, Ziele / Zielvereinbarungen gespiegelt, Schulungen
- Prozessverbesserung als Teil der Unternehmensführung, geringere Komplexität, standardisierte, dokumentierte Prozesse, Partner, Kunden und Abteilungen sind in Prozesse integriert, Entscheidungskompetenz im operativen Bereich, regelmässiges Training, Prozess-Know How bei allen Beteiligten

### Dauer

Kundenspezifisch

### Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.





# Consulting Skills 4.0

Systematisches Prozessmanagement, Lösungsfindung und systematischer Vertrieb als Schlüssel zum Unternehmenserfolg

Präsenzworkshops

## Zielgruppe

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten vollständige Beraterteams d.h. Consultants, Projektleiter, Account-, Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten und Berater teilnehmen.

## Lernziele

Die Teilnehmer lernen praxisbezogene Vorgehensweisen für die Beratung und den Vertrieb im Umfeld beratungsintensiver Produkte und Lösungen kennen. Dabei wird ein hohes Augenmerk auf die Moderation der Lösungsfindung beim Kunden, die dafür benötigten Fähigkeiten, sowie auf die Selbst-Vermarktung und den proaktiven Vertrieb gelegt.

## Workshop-Inhalte

**Systematische Analyse der Ausgangslage**, bestehend aus:

- Gesprächsführung und Moderation in Standard-Situationen
- Gesprächsführung und Moderation in anspruchsvollen Situationen
- Kreativitätstechniken, Struktur und Lösungsansätze, Analysetechniken

**Synthese**, bestehend aus:

- Zusammenfassung, Schlussfolgerung
- Empfehlung, Kernbotschaft

**Lösungspräsentation**, bestehend aus:

- Präsentation, Report
- Kernbotschaft, Management Summary
- Pencil Selling

**Vertrieb der Dienstleistung**, bestehend aus:

- Die Metrik des Erfolgs
- Der Marketing-Mix im Dienstleistungs-Geschäft
- Die Bedeutung von Content-Marketing in sozialen Netzwerken
- Lösungsorientierter Moderation und Gesprächsführung

## Workshop-Nutzen

- **Kundenbeziehung festigen** – durch einen beratungs- und systemorientierten Ansatz
- **Effektivität** – durch Anwendung an aktuellen Praxisfällen der Teilnehmer
- **Die Marktpräsenz sicherstellen** – durch proaktive Marktbearbeitung
- **Abschlussquoten, Preise und Deckungsbeiträge halten** – durch wirksame Nutzenargumente



**Dauer**

Der zweitägige Workshop beginnt an beiden Tagen um 8:30 Uhr, endet am ersten Tag um 18:30 Uhr und am zweiten Tag um 17:00 Uhr. Ein follow up findet 2 bis 3 Monate nach dem Workshop statt.

**Vorbereitung der Teilnehmer**

Um den Nutzen zu maximieren, wird mit jedem Teilnehmer vorab ein Interview geführt. Im Programm wird mit konkreten Praxisfällen der Teilnehmer gearbeitet.

**Workshop-Leitung**

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle im Workshop ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



# Abschlüsse und kurze Verkaufszyklen statt Verschiebungen

Ein High-level Coaching-Programm von Profis für Profis, im Team mit einem strategischen Einkäufer durchgeführt

## Ausgangslage

Jeder Verkaufsprofi aus dem Lösungs- und Systemgeschäft kennt dieses Trauerspiel – Verkaufschancen werden bis zum Abschluss verfolgt, Abschlüsse werden auf das Ende des Quartals geplant, doch – die Kunden halten sich nicht daran, die Abschlüsse kommen nicht, auch mündliche Zusagen führen nicht zu einem schriftlichen Auftrag. Stattdessen rufen Entscheider nicht zurück und wenn doch werden wichtige Gründe für eine Verschiebung genannt. Kein Problem, wir sind ja geduldig. Leider wiederholt sich im nächsten Quartal wieder dasselbe, manchmal aus dem gleichen Grund, manchmal aufgrund einer neuen Situation, die wieder zum gleichen Resultat führt.

Wenn wir Einkäufer oder Entscheider systematisch befragen, weshalb sich solche Dinge regelmässig in allen Firmen abspielen, kriegen wir Interessantes zu hören:

- Wir hatten keinen Druck, den Entscheid zu treffen, deshalb haben wir diesen aufgeschoben
- Wir hätten gerne für den Anbieter entschieden, doch eine andere Abteilung hat das Budget überzogen und wir mussten Prioritäten setzen
- Wir hatten intern 2 Lager: das eine Lager wollte, das andere nicht. Weil wir intern andere Vorhaben verfolgt haben, die weniger umstritten sind, haben wir diesen den Vorzug gegeben
- Der Entscheider konnte sich intern nicht durchsetzen. Er hat zwar das Budget gehabt aber nicht frei gekriegt
- Die vorgeschlagene Lösung hat uns technisch überzeugt – wir haben die Verbesserungspotentiale mit dem bisherigen Anbieter besprochen und umgesetzt
- Der Investitionsantrag hatte wesentliche Mängel, insbesondere haben wichtige Angaben zum erwarteten Nutzen gefehlt
- Der Anbieter hat uns ein Produkt angeboten jedoch unsere Situation nicht wirklich verstanden – dann hat er auf den Auftrag gewartet. Eine Lösung für unsere wirkliche Fragestellung haben wir bis heute nicht.
- Dass der Anbieter am Ende des Quartals den Auftrag „brauchte“ hat uns nicht wirklich interessiert - unser Entscheidungsprozess war zu diesem Zeitpunkt noch nicht abgeschlossen
- Wir haben das Projekt mit eigenen Ressourcen ausgeführt
- Wir haben das Vorhaben aufgrund von anderen Prioritäten aufgeschoben
- Der Entscheider hat die Firma verlassen
- Der Anbieter hat sich sehr bemüht und alle unsere Wünsche berücksichtigt – leider ist das Vorhaben für uns zu gross und zu unübersichtlich geworden

Das tut weh – Sie sind selten direkt daran „schuld“, haben aber viel Zeit und Energie in einen solchen Vorgang investiert.

Wenn Sie solche Dinge regelmässig erleben und sich fragen, ob sich daran was ändern lässt, wird es Zeit sich systematisch mit diesem Thema zu befassen.



## Ablauf und Coachingziele

Weil wir durch unsere Präsenz bei Kunden solche Dinge regelmässig sehen, und auch erleben, wie sich Fortschritte erzielen lassen, haben wir dieses Coaching-Programm entwickelt.

Sie können Risiken früher erkennen und minimieren oder rechtzeitig aussteigen, das ist die eine Möglichkeit. Oder Sie können Meilensteine im Verkaufsprozess identifizieren und darin die Qualität sichern, das ist die interessantere Möglichkeit.

In diesem Programm qualifizieren Sie Ihre Must-win's gemeinsam mit einem strategischen Einkäufer und anderen erfahrenen Verkaufsprofis, identifizieren die wahren Engpässe und erarbeiten passende und praktisch verwertbare Lösungen im Team.

Die Methodik „Consultative Selling“ wird dabei als Grundlage verwendet. Im Unterschied zu einem „Consultative Selling“-Workshop wird dabei jedoch nicht der Prozess erarbeitet, sondern wir fokussieren auf die Qualität der Inhalte in den einzelnen Schritten und schaffen / optimieren die passenden Instrumente für Ihre kritischen Meilensteine.

Eine exzellente Möglichkeit für Profis, um in den Spiegel zu schauen und direkt verwertbare weitere Umsetzungskompetenz zu gewinnen.

Die verwendeten Tools und Instrumente stammen aus unserem „Sales-Excellence“-Baukasten, sind state-of-the-art und praxis-erprobt.

Wie immer bei uns, haben Sie am Ende einen Aktionsplan für Ihr eigenes Projekt, optimierte Tools und einen persönlichen Entwicklungsplan in der Hand.

## Workshop-Nutzen

- **Abschluss statt Verschiebung** – statt über Produkte zu sprechen, identifizieren Sie das „wahre“ Problem des Kunden und bauen Ihren Verkaufsvorgang darauf auf. Dadurch gewinnt Ihre Positionierung / Differenzierung an Schärfe und Sie schliessen Ihre Verkaufsvorhaben mit einer beneidenswerten Eleganz und Sicherheit ab.
- **Umsatz erhöhen** – Sie bearbeiten direkt im Programm Ihr grösstes / wichtigstes / kritischstes Projekt, identifizieren die wahren Engpässe und erstellen unter Mithilfe und Coaching aller Teilnehmer, eines strategischen Einkäufers und des Beraters Ihren persönlichen Aktionsplan. Sie erleben Teamarbeit unter Profis.
- **Genauere Prognosen** – Künftig werden weniger Verschiebungen vorkommen. Deshalb verbessert sich die Aussagekraft Ihrer Prognosen wesentlich.
- **Höhere Abschlussquote durch Teamarbeit mit dem Einkauf** – Durch die Mitarbeit eines strategischen Einkäufers haben Sie die Möglichkeit, die Bedürfnisse der „Gegenseite“ kennen zu lernen und direkt verwertbare Hinweise auf Optimierungspotentiale zu gewinnen.

## Dauer

Der zweitägige Workshop beginnt an beiden Tagen um 8:30 Uhr und endet um 17:30 Uhr.

Bei Bedarf bieten wir Ihnen die selben Inhalte als Individual-Coaching an.

## Vorbereitung

Sie analysieren und beschreiben vorab mit Hilfe unserer Software die Situation in einem eigenen wichtigen Verkaufsprojekt. Dadurch bleibt im Workshop genügend Zeit, um die Erkenntnisse direkt auf die eigenen Verkaufsprojekte anzuwenden und passende Lösungen zu finden. Für diese Vorbereitung wenden Sie ca. 4h auf. 5 Tage vor dem Workshop-Termin ist die Vorbereitung abgeschlossen.

## Workshop-Leitung

Der Workshop wird durch Thomas Zimmerli durchgeführt.

Thomas Zimmerli ist als CMC (Certified Management Consultant) zertifiziert, arbeitet selber erfolgreich im Verkauf und verfügt über langjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Mehr als 5000 Personen aus >500 Firmen haben bisher an seinen Programmen teilgenommen. Unter Anwendung seiner Methodik wurden substanzvolle Verkaufsprojekte z.B. die Neat (Nationale Alpentransversale durch den Gotthard) oder die Fassade der Fifa in Zürich und viele andere in vielen Branchen gewonnen. Alle im Workshop ausgetauschten Informationen sind vertraulich und liegen bei uns nur in verschlüsselter Form vor.



# Consultative Wording and Writing

Erhöhen des Erfolgs im Verkauf von Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT durch effektive Kommunikation

## Ausgangslage und Ziele

Das Niveau der Angebote im Markt ist heute meist recht hoch. «Schlechte Anbieter» existieren kaum mehr. Um sich in heutigen kompetitiven Märkten zu behaupten ist es Aufgabe des Consultative-Sellers aus den vorhandenen technischen Lösungs-Möglichkeiten und Produkte-Eigenschaften einen echten Kundennutzen oder einen Business Case zu generieren. Zudem sollte der Consultative Seller in der Lage sein, diesen an den verschiedenen Kontaktpunkten in einem Sales-Zyklus effektiv zu kommunizieren und damit einen Fortschritt im Verkaufsprozess in Richtung Abschluss zu erzielen.

## Zielgruppe

Consultative Wording und Writing ist für Teilnehmer gedacht, die sich mit dem Vertrieb von anspruchsvollen Dienstleistungen, Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT beschäftigen.

Verkauft wird heute oft in Teams – deshalb ist es optimal, wenn vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account-, Key Account- Bid- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Service-Manager, Produktmanager, Projektleiter und Berater.

## Programmziele

Die Teilnehmer lernen Gesetzmässigkeiten der Kommunikation für die Gewinnung von anspruchsvollen Verkaufschancen kennen und wenden diese direkt im Programm an. Dabei werden konkret die nächsten Schritte in aktuellen Vertriebsprojekten der Teilnehmer in kleinen Gruppen analysiert, real durchgeführt und optimiert. Erkenntnisse werden festgehalten und geteilt.

## Programm-Inhalte – dem Verkaufsprozess entlang

- Die Bedürfnis-Analyse – das „big-picture“
- „Die Nutzenvision“ des Anbieters für den Kunden
- Aufstellen und Briefing von Ressourcen aus dem „Selling Center“ des Anbieters
- Qualifizieren der Verkaufschancen und Kommunikation von Go / No-Go Entscheidungen
- Fokussieren der Verkaufstätigkeit auf Nutzenpotentiale und Differenzierungsmerkmale in der Wertschöpfungskette des Kunden
- Kommunikation des Wertes der Lösung für den Kunden
- Entwickeln von personenspezifischen Nutzenargumentationen
- Inhalte von Business-Cases, Management Summaries, Investitions-Anträgen und Life-Cycle-Berechnungen
- Qualität der Angebote
- Inhalte der Lösungs-Präsentation
- Souveräne und proaktive Kommunikation mit dem Einkauf des Kunden - auch unter Druck
- Effektive Ansprache des „Buying Centers“ des Kunden
- Kommunikation auf unterschiedlichen Ebenen in der Organisation des Kunden

## Nutzen

- **Kundenbeziehung festigen** – Sie lernen, statt über Produkte zu sprechen, das „wahre“ Problem des Kunden zu bearbeiten und mit ihm gemeinsam „seinen“ Nutzen zu entwickeln - durch beratungsorientierte Kommunikation.
- **Umsatz erhöhen** – Jeder Teilnehmer wendet die Erkenntnisse direkt im Workshop auf ein anspruchsvolles Projekt an und führt den nächsten Schritt im Verkaufsprozess in einer kleinen Gruppe direkt durch. Sie erleben Teamarbeit unter Profis unter Praxisbedingungen.



- **Abschlussquote und Effektivität steigern** – Gemäss einer Studie der Harvard University sind Entscheider rund 20% eher bereit ein Vorhaben zu unterstützen und einen Entscheid zu treffen, wenn Sie den Grund für einen Entscheid liefern und diesen so aufbereiten, dass sich der Entscheider intern durchsetzen kann.
- **Unterstützung von Teamselling und Coaching** – Sie lernen, im Verkaufsprozess systematisch zu kommunizieren und beteiligte Ressourcen z.B. aus PreSales, Support, Consulting, Service, Produktmanagement, Management gezielt einzusetzen. Im Idealfall sind diese Ressourcen im Programm mit dabei.
- **Preise und Deckungsbeiträge halten** – Sie sind stolz darauf, nicht zwingend der günstigste Anbieter sein zu müssen, um erfolgreich verkaufen zu können. Sie lernen, durch hieb- und stichfeste Nutzenargumente werthaltig zu verkaufen. Sie freuen sich auf die Abschlussverhandlung mit dem Einkäufer, weil Sie den Wert Ihrer Lösung kennen und diesen auch vertreten können. Damit gewinnen Sie die Wertschätzung der Einkäufer und verteidigen Ihre Preise und Deckungsbeiträge.

## Resultate und Stimmen von Teilnehmern

- „Wir haben die Resultate dieses Programms ausgewertet und über eine Zeit von mehreren Jahren verfolgt. Es hat sich eine nachhaltige Umsatzsteigerung von 10-15% pro Jahr und eine von 45 auf 70% gesteigerte Abschlussquote im Projektgeschäft gezeigt“. Dieses Programm ist damit mit Abstand das nachhaltigste und wirksamste das wir je durchgeführt haben“.  
**Lösungs- und Systemanbieter Digitalisierung**
- „Nach dem wir über 5 Jahre keinen Auftrag bei einem Zielkunden gewinnen konnten, ist uns nun nach diesem Programm der Durchbruch gelungen“  
**Lösungs- und Systemanbieter Automotive**
- „In einem anspruchsvollen Geschäftsfeld hatten wir seit mehreren Jahren rückläufige Umsätze und Deckungsbeiträge – nach diesem Programm ist uns nach ca. ½ Jahr durch eine Systematisierung der Marktbearbeitung ein nachhaltiger Trendumkehr gelungen der bis heute anhält“  
**IT Lösungs- und Systemanbieter**
- „Wir haben in unserem wichtigsten Zielmarkt an der grössten öffentlichen Ausschreibung in diesem Jahr teilgenommen und wollten Nichts dem Zufall überlassen. Zur Unterstützung wurde dieses Programm mit dem ganzen Team durchgeführt. Den Auftrag haben wir gegen äusserst starken Wettbewerb gewonnen. Das war eindeutig auf die systematische Bearbeitung der Opportunity zurückzuführen. In dieser Konsequenz hatten wir das noch nie getan“.  
**IT-Software-Hersteller**
- „Die Optimierung des Verkaufsprozesses hat bei uns eine abteilungsübergreifende Organisationsentwicklung angestossen. Die vereinbarten Ziele wurden weit übertroffen. Neben den erwarteten Resultaten wie Steigerung von Umsatz und Deckungsbeitrag hat das Programm uns geholfen, die Fluktuation in der Technik zu reduzieren. Dadurch waren wir in den letzten 2 Jahren in der Lage, die Organisation zu stabilisieren sowie die Resultate nahezu zu verdoppeln.“  
**IT-Software-Hersteller**
- „Dieses Programm hat uns ein weiteres Mal geholfen, die Sicherheit in der Zielerreichung in unserem globalen Vertrieb (direkt und indirekt) zu steigern.“  
**Lösungs- und Systemanbieter Medical**

## Vorbereitung der Teilnehmer

Die Teilnehmer analysieren und beschreiben vorab die geplanten nächsten Schritte in eigenen wichtigen Verkaufsprojekten. Dadurch bleibt im Workshop genügend Zeit, um die Erkenntnisse direkt auf die eigenen Verkaufsprojekte anzuwenden. Für diese Vorbereitung wenden Sie ca. 1h auf.

## Leitung

Das Programm wird durch Thomas Zimmerli oder andere langjährig erfahrene Berater durchgeführt. Thomas Zimmerli ist als CMC (Certified Management Consultant) zertifiziert, arbeitet selber erfolgreich im Verkauf und verfügt über langjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Mehr als 5000 Personen aus > 500 Firmen haben seit 2003 weltweit an seinen Programmen teilgenommen. Unter Anwendung seiner Methodik wurden substanzialle Verkaufsprojekte z.B. die Neat (Nationale Alpentransversale durch den Gotthard) oder die Fassade der Fifa in Zürich und viele andere in vielen Branchen im b2b-Umfeld gewonnen. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich und liegen bei uns nur in verschlüsselter Form vor.



## Selling for Consultants

Den Vertrieb von Dienstleistungen, Lösungen und Systemen durch Einführung einer strategischen Vorgehensweise optimieren  
e-learning und Präsenzworkshop

### Zielgruppe

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten vollständige Verkaufsteams teilnehmen d.h. Consultants, Berater, Produktmanager, Pre-Sales-Spezialisten, Account- Key Account- und Sales Manager.

### Lernziele

Die Teilnehmer lernen praxisbezogene Vorgehensweisen für den komplexen Vertrieb kennen. Dabei werden aktuelle Vertriebsprojekte der Teilnehmer in kleinen Gruppen mit Hilfe der Consultative-Selling-Methode analysiert und Aktionspläne zum Gewinnen der Projekte erarbeitet.

### Workshop-Inhalte

- Verstehen der Wertschöpfungskette des Kunden, Erkennen von Nutzenpotentialen in der Wertschöpfungskette des Kunden
- Erkennen der Bedürfnisse und Entscheidungskriterien des Kunden
- Identifikation und Ansprache des „Buying Centers“ des Kunden
- Entwickeln von personenspezifischen Nutzenargumentationen
- Analyse des Wettbewerbs und von Handlungsalternativen des Kunden
- Chancen-/ Risikoanalyse von komplexen Verkaufsvorgängen
- Upselling und Cross-Selling
- Qualifizieren der Projekte und treffen von Go / No-Go Entscheidungen
- Erarbeiten eines strategischen Verkaufsprozesses

### Workshop-Nutzen

- **Berater in den Verkaufsprozess einbinden** – durch Teamselling und einen systematischen Verkaufsansatz
- **Kundenbeziehung festigen** – durch einen beratungsorientierten Ansatz im Verkauf
- **Umsatz erhöhen** – durch systematisches Up-Selling und Cross-Selling
- **Abschlussquote steigern** – durch Erkennen und Beseitigen von Risiken im Verkaufsprozess
- **Genauere Prognosen** – durch höhere Transparenz des Verkaufsprozesses
- **Effektivitätssteigerung** – durch bessere Qualifikation und Fokussierung
- **Preise und Deckungsbeiträge halten** – durch wirksame Nutzenargumente

### Dauer

Der zweitägige Workshop beginnt an beiden Tagen um 8:30 Uhr, endet am ersten Tag um 19:00 Uhr und am zweiten Tag um 17:00 Uhr. Ein follow up findet 2 bis 3 Monate nach dem Workshop statt.

### Vorbereitung der Teilnehmer

Um den Nutzen zu maximieren, analysieren die Teilnehmer auf unserer e-learning Plattform eigene Projekte und beschreiben die Situation in aktuellen, wichtigen Verkaufsprojekten. Die Teilnehmer wenden das Gelernte direkt im Workshop auf die eigenen Verkaufsprojekte an.

### Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



## Kick Off

Ausrichten der Verkaufsorganisation durch Entwicklung einer schlagkräftigen und umsetzbaren Verkaufsstrategie für jeden Verkäufer / jedes Gebiet / jede Region

### Zielgruppe

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account- Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten und Berater.

### Lernziele

Kick Off- Workshops entwickeln die individuellen, planerischen Fähigkeiten von Marktbearbeitungs-Teams und haben ein Commitment der Teilnehmer zu den vorgegebenen Resultaten zum Ziel. Der Schwerpunkt liegt auf der Ableitung der individuellen Zielsetzung aus der Geschäftsstrategie und der Entwicklung der individuellen Fokussierung auf erfolgsversprechende Geschäftsfelder und Marktsegmente. Die Teilnehmer erhalten Klarheit darüber, was verlangt wird, ob und wie die vorgegebenen Ziele erreicht werden können und entwickeln ihre eigene Umsetzungsstrategie. Marktpotentiale werden detailliert besprochen und hinterfragt. Die Umsetzung wird geplant. Die Vorbereitung und die Vorgehensweise sind praxisnah, durch zahlreiche Beispiele geprägt und durch ein e-learning-System unterstützt. Damit entwickeln die Teilnehmer ein hohes Mass an Selbstmotivation und Leistungsbereitschaft zur Erreichung Ihrer Ziele.

### Workshop-Inhalte

- Geschäftsziele kommunizieren und kennenlernen
- Zielkunden- / Zielprojektprofile erarbeiten
- Fokus auf profitable Geschäftspotentiale / Gebiete
- Informationsquellen identifizieren und nutzen
- Potentialschlüssel pro Gebiet erstellen
- Gemeinsames Verständnis über Prioritäten der Marktbearbeitung
- Pipeline gewichten und dem Ziel gegenüberstellen
- Gemeinsames Verständnis über Projektpotential / Forecast
- Fehlendes Umsatzpotential identifizieren
- Aktionsplan und Commitment

### Dauer

Die Workshops beginnen mit einem 1-tägigen Vorbereitungsworkshop, an dem wir die Organisationen und die eingesetzten Instrumente kennenlernen, und gemeinsam Ziele und Massnahmen daraus ableiten. Anschliessend folgt ein 2-tägiger Workshop, in dem gemeinsam der benötigte Prozess und die Instrumente erarbeitet werden. Ein follow up findet 3 bis 4 Monate nach dem Workshop statt.

### Vorbereitung der Teilnehmer

Um den Nutzen zu maximieren, bereiten die Teilnehmer ihre eigene Projektpipeline in den Phasen der Akquise, Angebotserstellung, Abschluss und Projektausführung vor. Die Teilnehmer wenden das Gelernte direkt im Workshop auf das eigene Verkaufsgebiet an.

### Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.





# Market Segmentation and Strategic Sales Planning

Entwickeln einer schlagkräftigen und umsetzbaren Verkaufsstrategie für jeden Verkäufer / jedes Gebiet / jede Region

## Zielgruppe

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account- Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten und Berater.

## Lernziele

Strategic Sales Planning- Workshops entwickeln die individuellen, planerischen Fähigkeiten von Marktbearbeitungs-Teams und haben ein Commitment der Teilnehmer zu den vorgegebenen Resultaten zum Ziel. Der Schwerpunkt liegt auf der Ableitung der individuellen Zielsetzung aus der Geschäftsstrategie und der Entwicklung der individuellen Fokussierung auf erfolgsversprechende Geschäftsfelder und Marktsegmente. Die Teilnehmer erhalten Klarheit darüber, was verlangt wird, ob und wie die vorgegebenen Ziele erreicht werden können und entwickeln ihre eigene Umsetzungsstrategie. Marktpotentiale werden detailliert besprochen und hinterfragt. Die Umsetzung wird geplant. Die Vorbereitung und die Vorgehensweise sind praxisnah, durch zahlreiche Beispiele geprägt und durch ein e-learning-System unterstützt. Damit entwickeln die Teilnehmer ein hohes Mass an Selbstmotivation und Leistungsbereitschaft zur Erreichung Ihrer Ziele.

## Workshop-Inhalte

- Geschäftsziele kommunizieren und kennenlernen
- Zielkunden- / Zielprojektprofile erarbeiten
- Fokus auf profitable Geschäftspotentiale / Gebiete
- Informationsquellen identifizieren und nutzen
- Potentialschlüssel pro Gebiet erstellen
- Gemeinsames Verständnis über Prioritäten der Marktbearbeitung
- Pipeline gewichten und dem Ziel gegenüberstellen
- Gemeinsames Verständnis über Projektpotential / Forecast
- Fehlendes Umsatzpotential identifizieren
- Aktionsplan und Commitment

## Dauer

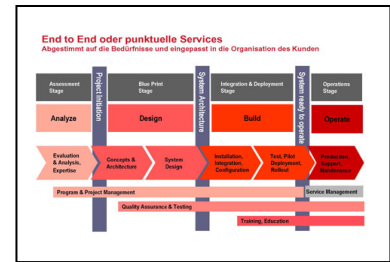
Der zweitägige Workshop beginnt an beiden Tagen um 8:30 Uhr, endet am ersten Tag um 19:00 Uhr und am zweiten Tag um 17:00 Uhr. Ein follow up findet 2 bis 3 Monate nach dem Workshop statt.

## Vorbereitung der Teilnehmer

Um den Nutzen zu maximieren, bereiten die Teilnehmer ihre eigene Projektpipeline in den Phasen der Akquise, Angebotserstellung, Abschluss und Projektausführung vor. Die Teilnehmer wenden das Gelernte direkt im Workshop auf das eigene Verkaufsgebiet an.

## Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



# Developing, managing and optimizing Sales Organisations

Den Vertrieb systematisch entwickeln, führen und ausbauen  
e-learning und Präsenzworkshop

## Zielgruppe

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten vollständige Teams teilnehmen d.h. Account- Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales- und Business-Development-Spezialisten und Berater.

## Lernziele

Die Teilnehmer lernen Grundlagen für den Aufbau und die Führung einer komplexen Vertriebsorganisation kennen und wenden die Erkenntnisse direkt auf ihre eigenen aktuellen Beispiele an. Für Kunden, die einen existierenden Vertrieb optimieren wollen, wird ein kundenspezifisches Aufbau-Programm erstellt. Die Inhalte sind modular aufgebaut und ergänzen sich.

## Programm-Inhalte

- Vision und Mission, Strategie und Ziele, Value-Proposition
- Marktsegmentierung und Business-Planung
- Zielsetzung, Preisbildung und Kommunikation
- Projektgenerierung und Verkaufsprozess
- Marktstrategie und Ressourcenplanung
- Führen und Messen
- Organisationsentwicklung

## Programm-Nutzen

- **Fokus auf Erfolgsfaktoren** – durch systematische Ausrichtung der Organisation auf die Bedürfnisse des Marktes
- **Unterstützung von Teamselling und Coaching** – durch einen systematischen Verkaufsprozess
- **Genauere Prognosen** – durch höhere Transparenz der Prozesse
- **Effektivitäts- und Umsatzsteigerung** – durch bessere Qualifikation, Messung und Führung

## Dauer

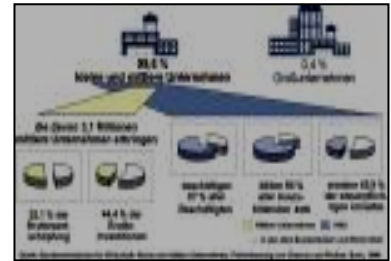
Die Workshops beginnen mit einem 1-tägigen Vorbereitungsworkshop, an dem wir die Organisationen und die eingesetzten Instrumente kennenlernen, und gemeinsam Ziele und Massnahmen daraus ableiten. Anschließend folgt ein 2-tägiger Workshop, in dem gemeinsam der benötigte Prozess und die Instrumente erarbeitet werden. Ein follow up findet 3 bis 4 Monate nach dem Workshop statt.

## Vorbereitung der Teilnehmer

Um den Nutzen zu maximieren, analysieren die Teilnehmer auf unserer e-learning Plattform eigene gewonnene und verlorene Projekte und beschreiben die Situation in aktuellen, wichtigen Verkaufsprojekten.

## Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



# Developing, managing and optimizing indirect Sales Organisations

Den indirekten Vertrieb systematisch entwickeln, führen und ausbauen  
e-learning und Präsenzworkshop

## Zielgruppe

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten vollständige Teams teilnehmen d.h. Account- Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-und Business-Development-Spezialisten und Berater.

## Lernziele

Die Teilnehmer lernen Grundlagen für den Aufbau und die Führung einer komplexen indirekten Vertriebsorganisation kennen und wenden die Erkenntnisse direkt auf ihre eigenen aktuellen Beispiele an. Für Kunden, die einen existierenden indirekten Vertrieb optimieren wollen, wird ein kundenspezifisches Aufbau-Programm erstellt. Die Inhalte sind modular aufgebaut und ergänzen sich.

## Programm-Inhalte

- Vision und Mission, Strategie und Ziele, Value-Proposition
- Marktsegmentierung und Business-Planung
- Partnerprofiling und Partnerqualifizierung
- Zielsetzung, Preisbildung und Kommunikation
- Projektgenerierung und Verkaufsprozess
- Partner Review und Performance-Vergleich
- Marktstrategie und Ressourcenplanung
- Führen und Messen von indirekten Organisationen
- Organisationsentwicklung (eigene und die des Partners)
- Umgang mit Schwierigkeiten

## Programm-Nutzen

- **Fokus auf die richtigen Partner** – durch systematische Auswahl und Ansprache
- **Unterstützung von Teamselling und Coaching** – durch einen gemeinsamen Verkaufsprozess
- **Genauere Prognosen** – durch höhere Transparenz der Prozesse
- **Effektivitäts- und Umsatzsteigerung** – durch bessere Qualifikation, Messung und Führung

## Dauer

Die Workshops beginnen mit einem 1-tägigen Vorbereitungsworkshop, an dem wir die Organisationen und die eingesetzten Instrumente kennenlernen, und gemeinsam Ziele und Massnahmen daraus ableiten. Anschließend folgt ein 2-tägiger Workshop, in dem gemeinsam der benötigte Prozess und die Instrumente erarbeitet werden. Ein follow up findet 3 bis 4 Monate nach dem Workshop statt.

## Vorbereitung der Teilnehmer

Um den Nutzen zu maximieren, analysieren die Teilnehmer auf unserer e-learning Plattform eigene Partner-Beziehungen und beschreiben die Situation in aktuellen, wichtigen Verkaufsprojekten.

## Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



## Implementation Services

Den Nutzen einer strategischen Vorgehensweise durch effektive Implementierung steigern

### Ausgangslage

Die interne Implementierung von Erkenntnissen aus unseren Sales-Excellence-Optimierungsprogrammen wird oft durch das Management des Kunden geleitet. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass interne Management-Kapazitäten auf die Bedürfnisse des Tagesgeschäftes ausgelegt sind und deshalb meist für die zusätzliche Führung von Projekten nicht ausreichen. Jede Verzögerung der Implementierung schmälert den Nutzen eines Optimierungsprogramms.

### Zielsetzung

Durch eine externe Unterstützung sollen Belastungsspitzen abgefangen, das Tagesgeschäft gesichert und die zeitnahe Implementierung der Programm-Erkenntnisse sichergestellt werden. Der ROI des Programms steigt durch eine raschere Umsetzung signifikant.

### Inhalte

- Entwicklung eines Führungssystems mit Kennzahlen
- Optimierung und Einführung eines strategischen Verkaufsprozesses
- Erstellung, Optimierung oder Anpassung vorhandener Schlüsselprozesse in einem Business-Process-Reengineering
- Business Blueprint, Abbildung der Prozesse im IT-System
- Projektplanung und Roll Out
- Schaffung von Hilfsmitteln für den Verkaufsprozess
- Moderation des Optimierungsprozesses
- Projektmanagement

### Nutzen

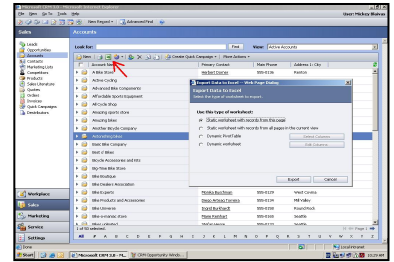
- **Implementierung unterstützen** – durch Verfügbarkeit erfahrener externer Ressourcen
- **Umsatz erhöhen** – durch Fokus interner Ressourcen auf das Tagesgeschäft
- **Rascher ROI** – durch eine zeitnahe Umsetzung der Programm-Erkenntnisse
- **Motivation der Beteiligten** – durch effektive Abstimmung zwischen den fachlichen Anforderungen und der IT-Umsetzung.

### Dauer

Jedes Programm wird individuell auf die Bedürfnisse des Kunden angepasst und ist deshalb individuell in Schwerpunkt und Umfang.

### Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methoden. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



## CRM

Akzeptanz des Werkzeuges und erfolgreiches Change-Management im Zusammenhang mit einer CRM-Einführung  
e-learning und Präsenzworkshops

### Zielgruppe

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account-Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten und Berater.

### Programmziele

Viele Firmen haben einen systematischen Verkaufsprozess wie z.B. Consultative Selling / Strategisches Verkaufen / Strategic Selling (Miller Heiman), Power Base Selling (Holden), TAS / Target-Account Selling (Siebel), Winning Complex Sales im Einsatz. Nach der Einführung eines CRM-Systems ist der Nutzen solcher Verkaufsmethoden oft eingeschränkt, da die Instrumente meist nicht mit dem gewählten CRM-System abgeglichen werden.

Bevor ein CRM-System ausgewählt und eingeführt wird, werden gemeinsam die Verkaufsprozesse überprüft und optimiert. Da die späteren Anwender bei der Definition und der Dokumentation der Verkaufsprozesse einbezogen sind, wird sichergestellt, dass das spätere Pflichtenheft nicht „an deren Bedürfnissen vorbei“ erstellt wird. Um die Prozesse zu optimieren und zu dokumentieren kommt eine praxisbezogene Methodik zum Einsatz, die Anwendung des systematischen Verkaufsprozesses wird vertieft. Die Teilnehmer analysieren eigene aktuelle Vertriebsprojekte in kleinen Gruppen und erarbeiten Aktionspläne zum Gewinnen der Projekte. Aus den Erkenntnissen wird der ideale Prozess erarbeitet, dokumentiert und zur Erstellung des Pflichtenheftes genutzt.

### Inhalte

- Entwicklung eines Führungssystems mit Kennzahlen
- Optimierung und Einführung eines strategischen Verkaufsprozesses
- Erstellung, Optimierung oder Anpassung vorhandener Schlüsselprozesse in einem Business-Process Reengineering
- Business Blueprint, Abbildung der Prozesse im IT-System
- Projektplanung und Roll Out
- Schaffung von Hilfsmitteln für den Verkaufsprozess
- Moderation des Optimierungsprozesses
- Projektmanagement

### Programm-Nutzen

- **Akzeptanz des CRM-Werkzeuges** – durch frühzeitigen Einbezug der späteren Nutzer
- **Qualität der Implementierung** – durch Abbildung optimierter Verkaufsprozesse
- **Praxisbezogene Schulung** – durch Anwendung an realen Projekten
- **Genauere Prognosen** – durch höhere Transparenz der Verkaufsprozesse
- **Kurzer ROI** – durch raschen und effektiven Roll Out

### Dauer

Kundenspezifisch

### Vorbereitung der Teilnehmer

Um den Nutzen der Workshops zu maximieren, analysieren die Teilnehmer auf unserer e-learning Plattform eigene Projekte und beschreiben die Situation in aktuellen, wichtigen Verkaufsprojekten. Die Teilnehmer wenden das Gelernte direkt im Workshop auf die eigenen Verkaufsprojekte an.

### Programm-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über langjährige Erfahrung im Gebrauch der Methoden. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



# Personnel Development 1

Ein kundenspezifisches Programm zur Mitarbeiterentwicklung  
IT-Portale, Präsenz, laufende Umsetzung in der Praxis

## Zielgruppe

Personalleiter, Verkaufsleiter, Key Account- Consulting- und Sales Manager

## Ziele

Aus der strategischen Zielsetzung des Kunden werden Anforderungen an die Organisation und an die Mitarbeiter abgeleitet sowie Arbeitsplatzbeschreibungen und Anforderungsprofile erstellt. Die Teilnehmer lernen Instrumente für die Erstellung von Arbeitsplatzbeschreibungen und für die Beurteilung von Mitarbeitern kennen und wenden diese direkt an. Aktuelle Gespräche mit Mitarbeitern oder Einstellungsgespräche mit neuen Mitarbeitern werden in kleinen Gruppen vorbereitet und direkt umgesetzt. Erkenntnisse und erarbeitete Instrumente werden in einem kundenspezifischen IT-Portal zusammengefasst und firmenweit nutzbar gemacht.

## Programm-Inhalte

- Vision und Mission, Strategie und Ziele
- Value-Proposition
- Anforderungen an die Organisation
- Arbeitsplatzbeschreibungen
- Anforderungsprofile
- Einstellungsgespräche
- Zielvereinbarungen
- Zusammenfassung und Dokumentation der Inhalte in einem kundenspezifischen IT-Portal

## Programm-Nutzen

- **Die richtige Person am richtigen Ort** – durch Konsistenz der Mitarbeiter-Fähigkeiten mit den Anforderungen des Unternehmens
- **Sicherheit bei der Mitarbeiterauswahl** – durch Kenntnis der Stärken / Schwächen der Bewerber
- **Motivation** – durch professionelle Mitarbeiterförderung und konsistente Zielvereinbarungen
- **Absicherung von Personalentscheiden** – durch transparente Kriterien
- **Nachhaltige Umsetzung** – durch Dokumentation in einem IT-Portal

## Dauer

Das Programm beginnt mit einem Vorbereitungsworkshop, in dem wir die Organisationen und die eingesetzten Instrumente kennenlernen und Massnahmen daraus ableiten. Anschliessend folgen Workshops, in denen der benötigte Prozess und die Instrumente erarbeitet werden. Follow up's stellen die Umsetzung sicher. Die Dokumentation der Inhalte in einem IT-Portal unterstützt die nachhaltige Umsetzung und entlastet Führungskräfte von administrativen Tätigkeiten.

## Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



## Personnel Development 2

Ein kundenspezifisches Programm zur Mitarbeiterentwicklung  
Assessment-Center, IT-Portale, Präsenz, laufende Umsetzung in der Praxis

### Zielgruppe

Personalleiter, Verkaufsleiter, Key Account- Consulting- und Sales Manager

### Ziele

Dieses Programm basiert auf dem Programm „Personnel Development 1“ und setzt dessen Umsetzung voraus. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Weiterentwicklung einer bestehenden Organisation. Mit Assessments, Win-/ Loss-Analysen, Besuchsbegleitungen, Verkaufsprojekt-Reviews und anderen Instrumenten wird der Status der Organisation erarbeitet und in einem IT-Portal dokumentiert. Darüber hinaus werden Instrumente für die Mitarbeiter-Beurteilung und Förderung, Entwicklungspläne und Anpassungen an die strategische Zielsetzung des Kunden erarbeitet und direkt angewendet. Aktuelle Gespräche mit Mitarbeitern werden in kleinen Gruppen vorbereitet und direkt umgesetzt. Erkenntnisse und erarbeitete Instrumente werden in einem kundenspezifischen IT-Portal zusammengefasst und firmenweit nutzbar gemacht.

### Programm-Inhalte

- Das Assessment-Center – Ein Planspiel zur Standortbestimmung einer Organisation
- Individuelle Interviews
- Besuchsbegleitungen
- Verkaufsprojekt - Reviews
- Statusbericht der Organisation
- Individuelle Statusberichte
- Entwicklungspläne
- Mitarbeiterbeurteilung
- Mitarbeiterförderung
- Zusammenfassung und Dokumentation der Inhalte in einem kundenspezifischen IT-Portal

### Programm-Nutzen

- **Nachvollziehbare Identifikation von Defiziten**
- **Sicherheit bei der Entwicklung von Mitarbeitern**
- **Fairness bei der Mitarbeiterbeurteilung** – durch transparente Kriterien
- **Motivation** – durch professionelle Mitarbeiterförderung
- **Absicherung von Personalentscheidungen** – durch Coaching
- **Nachhaltige Umsetzung** – durch Dokumentation in einem IT-Portal

### Dauer

Das Programm beginnt mit einem Vorbereitungsworkshop, in dem wir die Organisationen und die eingesetzten Instrumente kennenlernen und Massnahmen daraus ableiten. Anschliessend folgen Workshops, in denen der benötigte Prozess und die Instrumente erarbeitet werden. Follow up's stellen die Umsetzung sicher. Die Dokumentation der Inhalte in einem IT-Portal unterstützt die nachhaltige Umsetzung und entlastet Führungskräfte von administrativen Tätigkeiten.

### Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



# Service Excellence

Erfolgreicher Vertrieb von Serviceleistungen entlang des Produkt-Lebenszyklus

Workshops

## Zielgruppe

Das Programm Service Excellence ist für Teilnehmer gedacht, die sich mit dem Vertrieb von anspruchsvollen Dienstleistungen, Lösungen und Systemen / Industrie 4.0 / IoT beschäftigen.

Verkauft wird heute oft im Team – deshalb ist es optimal, wenn vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account-, Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Service-Manager, Produktmanager, Projektleiter und Berater.

## Programmziele

Nach wie vor sind die meisten Serviceorganisationen in produzierenden Unternehmen technisch geprägt. Ihnen fehlt die notwendige kundenbezogene Vertriebsorientierung. Service sollte – auch im Vertrieb – als Produkt verstanden und pro-aktiv vertrieben werden. Denn entlang des Produkt-Lebenszyklus bieten sich dem Vertrieb und Service vielfältige Chancen, zusätzliche After-Sales-Umsätze zu generieren – und dies mit Margen, die weit höher sind als im Neuproduktgeschäft.

Sind Ihnen die Serviceanforderungen Ihrer Kunden und die sich daraus ergebenden Chancen wirklich bekannt? Sind die Verantwortungen bei Ihnen klar geregelt? Welche (Service-) Produkte können wann und von wem beim Kunden platziert werden? Haben Sie einen After-Sales-Vertriebsplan, der zum pro-aktiven Verkaufen führt?

Sie erhalten in diesem Programm Ideen und praktische Anregungen, wie Sie diese Chancen für sich nutzbar machen können.

## Programm-Inhalte

### Grundsätze im Vertrieb von Services

- Entwicklung Service-Geschäftsmodell
- Strategische Entwicklungen / Trends
- Kennzahlen im Service

### Kundenkontakte – Wie nutzen Sie diese heute?

- Welche Gelegenheiten & Chancen gibt es?
- Wer treibt, welche Themen?
- Mit welchen Risiken müssen Sie rechnen?

### Kunden kennen und Entwicklung kundenorientiertes Serviceportfolio

- Serviceorientierte Kundensegmentierung und Kundenanforderungen
- Ableitung des Serviceportfolios und Bestandteile eines Serviceproduktes
- Wie führen innovative IOT-Lösungen (Industrie 4.0) zu neuen Services





### **Potenzielle Verkaufschancen über den Produkt-Lebenszyklus**

- Identifizierung der Points-of-Selling
- Erkennen von kritischen Punkten
- Bestimmung von Handlungsfeldern

### **Serviceangebote gestalten**

- Verständlichkeit, Klarheit erzeugt Vertrauen
- Angebotsumfang eindeutig, sachlich und zugleich attraktiv beschreiben
- Abgrenzungen, Risikominimierung und Haftung

### **Pricing von Serviceleistungen**

- Nutzenorientiertes Pricing
- Abrechnung nach Stundensätzen und nach Pauschalen
- Pricing-Methoden und Bundling von Serviceleistungen

### **Synchronisierung Vertrieb und Service**

- Erstellung des Vertriebsplans über den Produkt-Lebenszyklus
- Definition der Kundensituation
- Produkt- und Zuständigkeitszuordnung

### **Nutzen**

- **Kundenbeziehung festigen** – Sie lernen statt über Produkte zu sprechen das „wahre“ Problem des Kunden zu identifizieren und mit ihm gemeinsam „seine“ Lösung zu erarbeiten - durch einen beratungsorientierten Ansatz. Dadurch werden Sie künftig von Ihren Kunden und Ihren internen Prozesspartnern als Berater und Projektleiter geschätzt, arbeiten auf gleicher Augenhöhe und schliessen Ihre Verkaufsvorhaben mit einer beneidenswerten Eleganz und Sicherheit ab.
- **Umsatz erhöhen** – Jeder Teilnehmer wendet die Erkenntnisse direkt im Workshop auf seinen Kunden an und erstellt unter Mithilfe und Coaching aller Teilnehmer und des Beraters seinen persönlichen Aktionsplan. Sie erleben Teamarbeit unter Profis unter Praxisbedingungen.
- **Preise und Deckungsbeiträge halten** – Sie sind stolz darauf, nicht der günstigste Anbieter sein zu müssen. Sie bieten keine Schnäppchen mehr an, sondern lernen, durch hieb- und stichfeste Nutzenargumente werthaltig zu verkaufen. Sie freuen sich auf die Abschlussverhandlung mit dem Einkäufer, weil Sie den Wert Ihrer Lösung kennen und diesen auch vertreten können. Damit gewinnen Sie die Wertschätzung der Einkäufer und verteidigen Ihre Preise und Deckungsbeiträge.

### **Dauer des Programms**

kundenspezifisch

### **Leitung**

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich in Verkauf und Service und verfügen über langjährige Erfahrung in diesen Themen. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.

# Coachings



**ZIMMERLI**  
SALES & MANAGEMENT CONSULTANTS AG



# Sales Process Coaching for Managers

Sicher führen – wirksamer coachen – Ziele kontinuierlich anstreben und sicher erreichen

## Zielgruppe

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten vollständige Führungs-Teams teilnehmen d.h. CEO's, Sales- und Key Account- Manager, Pre-Sales-und Consulting-Manager.

## Ziele

Die erzielten Resultate einer Verkaufsmannschaft sind ein Ergebnis der Leistung der einzelnen Teammitglieder und zusätzlich in hohem Masse von der Führungsleistung der Vorgesetzten abhängig. Führungspersönlichkeiten werden in diesem Programm befähigt, die Implementierung von Erkenntnissen zu unterstützen, die Umsetzung im Tagesgeschäft sicherzustellen und den Mitarbeitern durch aktives Coaching zum Erfolg zu verhelfen.

Die Teilnehmer erhalten Klarheit über die eigenen Stärken und Schwächen. Die für den Führungserfolg erforderlichen verhaltensorientierten Fähigkeiten werden intensiv trainiert, individuelle Lern-/ Entwicklungsziele fixiert, konsequent verfolgt und vertieft. Die praxisnahe, an realen Situationen umgesetzte und direkt optimierte Vorgehensweise ermöglicht wichtige Erfahrungen für die Teilnehmer. Damit entwickeln die Teilnehmer ein hohes Mass an Selbstmotivation und Leistungsbereitschaft zur Bewältigung ihrer Führungsaufgaben sowie zur Erreichung der angestrebten Ziele.

## Workshop-Inhalte

- Wie werden Ziele erreicht, Voraussetzung und Erfolgsfaktoren – Erkenntnisse aus dem Leistungssport
- Vision und Mission, Strategie und Ziele, Value-Proposition
- Marktsegmentierung und Business-Planung
- Führen und Messen von Organisationen
- Mitarbeiterprofilung und Mitarbeiterqualifizierung
- Zielsetzung, Preisbildung, Rabatte und Kompetenzen
- Projektgenerierung und Verkaufsprozess
- Mitarbeiter-Review und Performance-Vergleich
- Marktstrategie und Ressourcenplanung
- Organisationsentwicklung
- Coaching der grössten und wichtigsten Verkaufsvorgänge
- Coaching in kritischen Verhandlungssituationen
- Umgang mit Schwierigkeiten

## Dauer

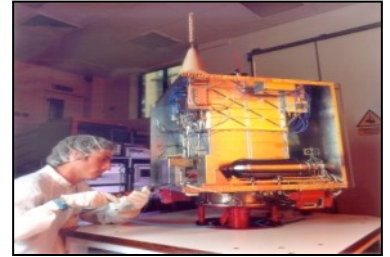
Der zweitägige Workshop beginnt an beiden Tagen um 8:30 Uhr, endet am ersten Tag um 19:00 Uhr und am zweiten Tag um 17:00 Uhr. Ein follow up findet 2 bis 3 Monate nach dem Workshop statt.

## Vorbereitung der Teilnehmer

Um den Nutzen zu maximieren, bereiten die Teilnehmer eigene, aktuelle und anspruchsvolle Führungssituationen vor und wenden das Gelernte direkt im Workshop auf diese an.

## Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



# Aufbau- und Coachingprogramm für Fachleute in Veränderung

Ein Aufbau- und Coachingprogramm, individuell zugeschnitten, laufende Umsetzung in der Praxis

## Ausgangslage

Die demografische Entwicklung wirkt sich in den nächsten Jahren massiv auf die Personalentwicklung aus – erfahrene Vertriebler und Führungskräfte der geburtenstarken Jahrgänge gehen in den Ruhestand und werden schwer zu ersetzen sein. Nachwuchs fehlt überall und wird oft aus anderen Bereichen z.B. dem Innendienst, dem Service, dem Engineering, rekrutiert und intern aufgebaut. Zudem verändern sich die Kundenbedürfnisse und damit die Anforderungen an professionelle Vertriebler und Führungskräfte rasant. Die Digitalisierung hält auf allen Ebenen Einzug. Rezepte, mit denen die aktuelle Generation der „alten Hasen gross geworden“ sind, funktionieren heute nur noch bedingt. Es lohnt sich deshalb, nicht mit Rezepten aus der Vergangenheit künftige Anforderungen lösen zu wollen, sondern neue Vertriebler und Führungskräfte zeitgerecht wettbewerbsfähig zu befähigen und mit aktuellen Umsetzungskompetenzen vertraut zu machen.

## Zielgruppe

Verkaufsingenieure, Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Berater, Produktmanagement- und Service-Verantwortliche.

## Lernziele

Die Teilnehmer kennen die aktuellen Anforderungen an den Vertrieb und an eine Führungskraft im b2b-Geschäft. Nach einem Assessment-Center und der Erstellung eines individuellen Anforderungsprofils pro Teilnehmer werden die Inhalte auf deren Bedürfnisse massgeschneidert, ein individuelles Aufbau- und Coachingprogramm erstellt und mit den vorhandenen internen Mitarbeiter-Entwicklungsplänen des Auftraggebers abgestimmt. Die Inhalte werden in Modulen bearbeitet und direkt anhand von konkreten Aufgabenstellungen aus der Praxis der Teilnehmer umgesetzt. Damit wird eine hohe Motivation der Teilnehmer und ein hoher Praxisbezug erreicht.

## Mögliche Programm-Inhalte (wird individuell angepasst)

- Vorbereitung und Assessment-Center
- Herausforderungen an eine Fachkraft, die zur Führungskraft befördert wird
- Bei Bedarf: Laufbahnberatung
- Bei Bedarf: Mediation
- Bei Bedarf: Out-Placement
- Agilität und der praxisgerechte Einsatz agiler Methoden im Vertrieb
- Die Metrik des Vertriebs Erfolgs
- Markt-Segmentierung und strategische Verkaufsplanung
- Marktbearbeitung, Direkt-Marketing, Content-Marketing
- Umgang mit sozialen Netzwerken
- Die Bedeutung des Marketing- und Kommunikations-Mix für den Vertrieb
- Aufbau und Handling der „Customer Journey“
- Verkauf 4.0: Optimierung von durchgängigen Prozessketten und Wertschöpfungsnetzwerken
- Zusammenarbeit mit Produktmanagement und Service
- Vision für den Kunden und Kundenwert
- Verkauf am Telefon
- Die 1. Kontaktnahme – brieflich, telefonisch, in sozialen Netzwerken



- Besuchshäufigkeit und Besuchsplanung, Arbeitstechnik für den Aussendienst
- Effektivität und Einsatz digitaler Hilfsmittel im Verkaufsprozess
- Kunden- und Projektqualifikation
- Fragetechniken, Einwandbehandlung
- Kommunikation, Umgang mit unterschiedlichen Menschentypen
- Aktuelle Präsentations- und Moderationstechniken z.B. Pencil-Selling
- Angebots-Qualität und Inhalte z.B. Business Cases
- Das Preisgespräch, der Wert der Lösung, die Verhandlung, der Kaufabschluss
- Reklamationen und Konflikte, Lieferverzögerungen
- Consultative Selling - der Verkaufsprozess
- Interne, abteilungsübergreifende Zusammenarbeit
- Key Account-Management, Kundenausbau, Kundenentwicklung
- Arbeitstechnik im Vertrieb
- Umgang mit Druck und Resilienz
- Selbstmotivation – Erkenntnisse aus dem Leistungssport
- Projektmanagement – Methodik und Instrumente
- BWL-Grundlagen
- CRM-Einführung und Einsatz
- Umgang mit einem multi-Channel-Vertrieb
- Einsatz des Tablets im Vertrieb

Zwischen den Modulen folgt die Umsetzung und die Weiterentwicklung im Unternehmen.

### **Programm-Nutzen**

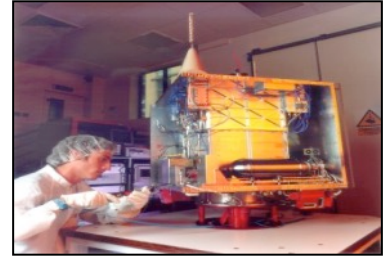
- **Qualität des Lehrgangs** – durch ein Assessment Center zur Aufnahme
- **Formen der Persönlichkeit** – durch Kenntnis von Erfolgsfaktoren der angestrebten Tätigkeit
- **Unternehmerisch weitsichtiges Handeln** – durch BWL-Grundkenntnisse
- **Rasche Resultate und Praxisbezug** – durch modularen Aufbau und direkter Umsetzung in der Praxis
- **Absicherung von Personalentscheiden und kurzer ROI** – durch Coaching von Profis im ersten Jahr

### **Dauer**

Individuell

### **Leitung**

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methoden. Alle im Programm ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



# Coaching 4.0 für Führungskräfte und Mitarbeiter

Ein Aufbau- und Coachingprogramm, individuell zugeschnitten, laufende Umsetzung in der Praxis

## Ausgangslage

Die demografische Entwicklung wirkt sich in den nächsten Jahren massiv auf die Personalentwicklung aus – erfahrene Vertriebler und Führungskräfte der geburtenstarken Jahrgänge gehen in den Ruhestand und werden schwer zu ersetzen sein. Nachwuchs fehlt überall und wird oft aus anderen Bereichen z.B. dem Innendienst, dem Service, dem Engineering, rekrutiert und intern aufgebaut. Zudem verändern sich die Kundenbedürfnisse und damit die Anforderungen an professionelle Vertriebler und Führungskräfte rasant. Die Digitalisierung hält auf allen Ebenen Einzug. Rezepte, mit denen die aktuelle Generation der „alten Hasen gross geworden“ sind, funktionieren heute nur noch bedingt. Es lohnt sich deshalb, nicht mit Rezepten aus der Vergangenheit künftige Anforderungen lösen zu wollen, sondern neue Vertriebler und Führungskräfte zeitgerecht wettbewerbsfähig zu befähigen und mit aktuellen Umsetzungskompetenzen vertraut zu machen.

## Zielgruppe

Verkaufsingenieure, Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Berater, Produktmanagement- und Service-Verantwortliche.

## Lernziele

Die Teilnehmer kennen die aktuellen Anforderungen an den Vertrieb und an eine Führungskraft im b2b-Geschäft. Nach einem Assessment-Center und der Erstellung eines individuellen Anforderungsprofils pro Teilnehmer werden die Inhalte auf deren Bedürfnisse massgeschneidert, ein individuelles Aufbau- und Coachingprogramm erstellt und mit den vorhandenen internen Mitarbeiter-Entwicklungsplänen des Auftraggebers abgestimmt. Die Inhalte werden in Modulen bearbeitet und direkt anhand von konkreten Aufgabenstellungen aus der Praxis der Teilnehmer umgesetzt. Damit wird eine hohe Motivation der Teilnehmer und ein hoher Praxisbezug erreicht.

## Mögliche Programm-Inhalte (wird individuell angepasst)

- Vorbereitung und Assessment-Center
- Individuelle Herausforderungen
- Agilität und der praxisgerechte Einsatz agiler Methoden im Vertrieb
- Die Metrik des Vertriebsserfolgs
- Markt-Segmentierung und strategische Verkaufsplanung
- Marktbearbeitung, Direkt-Marketing, Content-Marketing
- Umgang mit sozialen Netzwerken
- Die Bedeutung des Marketing- und Kommunikations-Mix für den Vertrieb
- Aufbau und Handling der „Customer Journey“
- Verkauf 4.0: Optimierung von durchgängigen Prozessketten und Wertschöpfungsnetzwerken
- Zusammenarbeit mit Produktmanagement und Service
- Vision für den Kunden und Kundenwert
- Verkauf am Telefon
- Die 1. Kontaktnahme – brieflich, telefonisch, in sozialen Netzwerken
- Besuchshäufigkeit und Besuchsplanung, Arbeitstechnik für den Aussendienst
- Effektivität und Einsatz digitaler Hilfsmittel im Verkaufsprozess
- Kunden- und Projektqualifikation
- Fragetechniken, Einwandbehandlung
- Kommunikation, Umgang mit unterschiedlichen Menschentypen



- Aktuelle Präsentations- und Moderationstechniken z.B. Pencil-Selling
- Angebots-Qualität und Inhalte z.B. Business Cases
- Das Preisgespräch, der Wert der Lösung, die Verhandlung, der Kaufabschluss
- Reklamationen und Konflikte, Lieferverzögerungen
- Consultative Selling - der Verkaufsprozess
- Interne, abteilungsübergreifende Zusammenarbeit
- Key Account-Management, Kundenausbau, Kundenentwicklung
- Arbeitstechnik im Vertrieb
- Umgang mit Druck und Resilienz
- Selbstmotivation – Erkenntnisse aus dem Leistungssport
- Projektmanagement – Methodik und Instrumente
- BWL-Grundlagen
- CRM-Einführung und Einsatz
- Umgang mit einem multi-Channel-Vertrieb
- Einsatz des Tablets im Vertrieb

Zwischen den Modulen folgt die Umsetzung und die Weiterentwicklung im Unternehmen.

### **Programm-Nutzen**

- **Qualität des Lehrgangs** – durch ein Assessment Center zur Aufnahme
- **Formen der Persönlichkeit** – durch Kenntnis von Erfolgsfaktoren der angestrebten Tätigkeit
- **Unternehmerisch weitsichtiges Handeln** – durch BWL-Grundkenntnisse
- **Rasche Resultate und Praxisbezug** – durch modularen Aufbau und direkter Umsetzung in der Praxis
- **Absicherung von Personalentscheiden und kurzer ROI** – durch Coaching von Profis im ersten Jahr

### **Dauer**

Individuell

### **Leitung**

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methoden. Alle im Programm ausgetauschten Informationen sind vertraulich.

# Taktische Programme



**ZIMMERLI**  
SALES & MANAGEMENT CONSULTANTS AG





# Winning Sales Negotiations

Professionell und partnerschaftlich verhandeln nach dem Harvard-Prinzip

## Zielgruppe

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account- Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten und Berater.

## Lernziele

Winning Sales Negotiations- Workshops entwickeln die individuellen, verhaltens- und kommunikationsorientierten Fähigkeiten von Verkaufsteams. Der Schwerpunkt liegt auf der Vorbereitung und Durchführung von Verkaufsgesprächen in den Phasen Angebotserstellung, Angebotspräsentationen, Angebotsverhandlungen und Preisnachverhandlungen. Die Teilnehmer erhalten Klarheit über eigene Stärken und Schwächen. Die für den Verkaufserfolg erforderlichen verhaltensorientierten Fähigkeiten werden intensiv trainiert, individuelle Lern-/ Entwicklungsziele fixiert, konsequent verfolgt und vertieft. Die durch praxisbezogene Rollenspiele geprägte Vorgehensweise ermöglicht wichtige emotionale Erfahrungen. Damit entwickeln die Teilnehmer ein hohes Mass an Selbstmotivation zur Bewältigung ihrer Verkaufsaufgaben sowie zur Erreichung von angestrebten persönlichen Verhaltensänderungen.

## Workshop-Inhalte

- Grundlagen der Verhandlungsführung – das Harvard-Konzept
- Situationsgerechte Verhandlungsstrategien
- Ungeschriebene Gesetze der Verhandlungsführung und Grundprinzipien partnerschaftlichen Verhandeln einsetzen und nutzen
- Abschluss-Bereitschaft testen, Abschluss-Signale erkennen und richtig reagieren
- Umgang mit Preiseinwänden
- Verdeutlichen des Kundennutzens, Begründen und Verteidigen des Preises
- Wichtige Fragen und Vorbereitung vor der Verhandlung
- Umgang mit Änderungen / Leistungserweiterungen / Erwartungen in der Implementierungs- / Umsetzungsphase
- Ablehnen von unberechtigten Forderungen
- Bewusstes Nutzen von Einwänden für die Herbeiführung von Abschlüssen
- Umgang mit Unsicherheiten und Druck
- Umgang mit „schwierigen“ Gesprächspartnern
- Kreative Strategien zur professionellen Konfliktbewältigung

## Dauer

Der zweitägige Workshop beginnt an beiden Tagen um 8:30 Uhr, endet am ersten Tag um 19:00 Uhr und am zweiten Tag um 17:00 Uhr. Ein follow up findet 2 bis 3 Monate nach dem Workshop statt.

## Vorbereitung der Teilnehmer

Um den Nutzen zu maximieren, bereiten die Teilnehmer eigene, aktuelle Projekte in den Phasen der Angebotserstellung und Projektausführung vor. Die Teilnehmer wenden das Gelernte direkt im Workshop auf die eigenen Verkaufsprojekte an.

## Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



# Winning Sales Presentations

Sicher präsentieren – wirksamer auftreten

## Zielgruppe

Um optimale Ergebnisse zu erzielen, sollten vollständige Account-Teams teilnehmen d.h. Account- Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten und Berater.

## Lernziele

Winning Sales Presentations- Workshops entwickeln die individuellen, verhaltens- und kommunikationsorientierten Fähigkeiten von Verkaufsteams. Der Schwerpunkt liegt auf der Erstellung, Vorbereitung und Durchführung von Verkaufspräsentationen in den Phasen Erstkontakt vor grossen Zuhörergruppen, Angebotspräsentation, Folgepräsentation, Präsentationsabschluss. Die Teilnehmer erhalten Klarheit über die eigenen Stärken und Schwächen. Die für den Präsentationserfolg erforderlichen verhaltensorientierten Fähigkeiten werden intensiv trainiert, individuelle Lern-/ Entwicklungsziele fixiert, konsequent verfolgt und vertieft. Die praxisnahe, durch zahlreiche reale Präsentationen geprägte Vorgehensweise ermöglicht wichtige emotionale Erfahrungen für die Teilnehmer. Damit entwickeln die Teilnehmer ein hohes Mass an Selbstmotivation und Leistungsbereitschaft zur Bewältigung ihrer Verkaufsaufgaben sowie zur Erreichung von angestrebten persönlichen Verhaltensänderungen.

## Workshop-Inhalte

- Inhalt und Aufbau einer professionellen Präsentation am Flip-Chart, am PC mit Hilfe des Beamer und am Hellraumprojektor
- Vor grossen und kleinen Gruppen sicher und klar präsentieren
- Sich selbst, Ideen und Produkte besser verkaufen
- Informationen klarer, strukturierter und überzeugender darstellen
- Komplexe Themen interessanter und verständlicher aufbereiten
- Aktuelle Präsentationswerkzeuge richtig und effektiv einsetzen
- Die Fragerunde / Diskussion nach der Präsentation offensiv meistern

## Dauer

Der zweitägige Workshop beginnt an beiden Tagen um 8:30 Uhr, endet am ersten Tag um 19:00 Uhr und am zweiten Tag um 17:00 Uhr. Ein follow up findet 2 bis 3 Monate nach dem Workshop statt.

## Vorbereitung der Teilnehmer

Um den Nutzen zu maximieren, bereiten die Teilnehmer eigene, aktuelle Präsentationen vor und wenden das Gelernte direkt im Workshop auf die eigenen Präsentationen an.

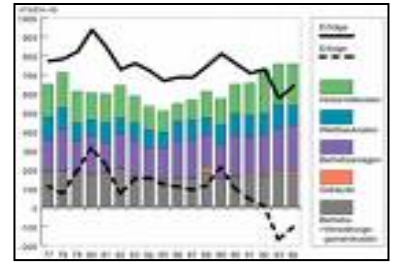
## Workshop-Leitung

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methode. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.

# Lehrgänge



**ZIMMERLI**  
SALES & MANAGEMENT CONSULTANTS AG



# Betriebswirtschaftliche Grundlagen / Betriebswirtschaftliche Planspiele

Kennenlernen / Auffrischen der BWL-Grundlagen

Präsenzworkshops, Unternehmensplanspiele

## Zielgruppe

Führungskräfte, Key Account- und Sales Manager, Verkaufsingenieure, Verkäufer, Pre-Sales-Spezialisten und Berater.

## Lernziele

Die Teilnehmer lernen die Auswirkungen einer Wertschöpfungskette auf die Gewinn- und Verlustrechnung eines Unternehmens kennen. Mit Hilfe von Unternehmensplanspielen wird eine Firma über mehrere Geschäftsjahre durch die Teilnehmer geführt. Am Ende jeder Periode werden durch die Teilnehmer eine Gewinn- und Verlustrechnung sowie eine Bilanz erstellt, Kennzahlen interpretiert und Entscheidungen für die Folgeperiode getroffen. Dabei lernen die Teilnehmer die wichtigsten Kennzahlen und Stellglieder der Unternehmensführung kennen.

## Workshop-Inhalte

- Die Wertschöpfungskette eines Unternehmens
- BWL-Kennzahlen der Unternehmensführung
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Bilanz
- Interpretation von Kennzahlen
- Stellglieder der Unternehmensführung und deren Priorisierung, die Du-Pont-Matrix
- Simulation unternehmerischer Entscheidungen und deren Konsequenzen

Unsere Planspiele sind als einzelne Brettspiele, als wettbewerbsorientierte Brettspiele und als EDV-gestützte Spiele, zugeschnitten auf verschiedene Branchen erhältlich.

## Workshop-Nutzen

- **Unternehmerisch weitsichtiges Denken und Handeln** – durch Erkennen der betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge
- **Steigern der Führungs- und Beratungskompetenz** – durch bessere Kenntnis des Geschäftes
- **Wertschöpfung erhöhen** – durch systematische Identifikation von Optimierungspotentialen in der Wertschöpfungskette
- **Höhere Entscheidungskompetenz** – durch systematisches Arbeiten mit Kennzahlen

## Dauer

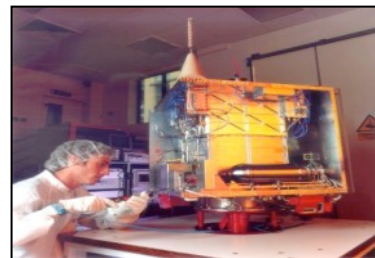
1 – 2 Tage

## Anzahl Teilnehmer

8 - 30

## Workshop-Leitung

Unsere Workshops werden durch unternehmerisch langjährig erfahrene Berater durchgeführt. Alle ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



## Selling 4.0 for Engineers

Ein 1.5 -jähriges Aufbau- und Coachingprogramm zum Verkaufsingenieur im b2b-Geschäft  
Assessment-Center, e-learning, Präsenz, laufende Umsetzung in der Praxis

### Ausgangslage

Die demografische Entwicklung macht auch vor dem Vertrieb nicht halt – die erfahrenen Vertriebler der geburtenstarken Jahrgänge werden in den nächsten Jahren schwer zu ersetzen sein. Nachwuchs fehlt überall und wird oft aus anderen Bereichen z.B. dem Innendienst, dem Service, dem Engineering, rekrutiert und intern aufgebaut. Zudem verändern sich die Kundenbedürfnisse und damit die Anforderungen an professionelle Vertriebler rasant. Die Digitalisierung hält auf allen Ebenen Einzug. Rezepte, mit denen die aktuelle Generation der „alten Hasen gross geworden“ sind, funktionieren heute nur noch bedingt. Es lohnt sich deshalb, nicht mit Rezepten aus der Vergangenheit künftige Anforderungen lösen zu wollen, sondern neue Vertriebler zeitgerecht wettbewerbsfähig zu befähigen und mit aktuellen Umsetzungskompetenzen vertraut zu machen.

### Zielgruppe

Verkaufsingenieure, Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Berater, Produktmanagement- und Service-Verantwortliche.

### Lernziele

Die Teilnehmer kennen die aktuellen Anforderungen an den Vertrieb im b2b-Geschäft. Nach einem Assessment-Center und der Erstellung eines individuellen Anforderungsprofils pro Teilnehmer werden die Inhalte auf deren Bedürfnisse massgeschneidert, ein individuelles Ausbildungskonzept erstellt und mit den vorhandenen internen Mitarbeiter-Entwicklungsplänen des Auftraggebers abgestimmt. Die Inhalte werden in Modulen vermittelt und direkt anhand von konkreten Aufgabenstellungen aus der Praxis der Teilnehmer umgesetzt. Damit wird eine hohe Motivation der Teilnehmer und ein hoher Praxisbezug erreicht. Jedes Modul wird für sich abgeschlossen und bewertet, das Programm schliesst mit einer Abschlussprüfung und der Vergabe eines Zertifikats ab. Im Rahmen der Abschlussprüfung wird eine Fragestellung aus dem realen Umfeld der Teilnehmer bearbeitet.

### Programm-Inhalte

- Vorbereitung und Assessment-Center
- Agilität und der praxisgerechte Einsatz agiler Methoden im Vertrieb
- Die Metrik des Vertriebserfolgs
- Markt-Segmentierung und strategische Verkaufsplanung
- Marktbearbeitung, Direkt-Marketing, Content-Marketing
- Umgang mit sozialen Netzwerken
- Die Bedeutung des Marketing- und Kommunikations-Mix für den Vertrieb
- Aufbau und Handling der „Customer Journey“
- Verkauf 4.0: Optimierung von durchgängigen Prozessketten und Wertschöpfungsnetzwerken
- Zusammenarbeit mit Produktmanagement und Service
- Vision für den Kunden und Kundenwert
- Verkauf am Telefon
- Die 1. Kontaktnahme – brieflich, telefonisch, in sozialen Netzwerken
- Besuchshäufigkeit und Besuchsplanung, Arbeitstechnik für den Aussendienst
- Effektivität und Einsatz digitaler Hilfsmittel im Verkaufsprozess
- Kunden- und Projektqualifikation
- Fragetechniken, Einwandbehandlung
- Kommunikation, Umgang mit unterschiedlichen Menschentypen
- Aktuelle Präsentations- und Moderationstechniken z.B. Pencil-Selling
- Angebots-Qualität und Inhalte z.B. Business Cases



- Das Preisgespräch, der Wert der Lösung, die Verhandlung, der Kaufabschluss
- Reklamationen und Konflikte, Lieferverzögerungen
- Consultative Selling - der Verkaufsprozess
- Interne, abteilungsübergreifende Zusammenarbeit
- Key Account-Management, Kundenausbau, Kundenentwicklung
- Arbeitstechnik im Vertrieb
- Umgang mit Druck und Resilienz
- Selbstmotivation – Erkenntnisse aus dem Leistungssport
- Projektmanagement – Methodik und Instrumente
- BWL-Grundlagen
- CRM-Einführung und Einsatz
- Umgang mit einem multi-Channel-Vertrieb
- Einsatz des Tablets im Vertrieb
- Abschlussarbeit und Zertifizierung

Die Module werden in e-learning vorbereitet und als Präsenzworkshops durchgeführt. Zwischen den Modulen folgt die Umsetzung und die Weiterentwicklung im Unternehmen.

### **Programm-Nutzen**

- **Qualität des Lehrgangs** – durch ein Assessment Center zur Aufnahme
- **Formen der Verkäuferpersönlichkeit** – durch Kenntnis von Erfolgsfaktoren im Verkauf
- **Unternehmerisch weitsichtiges Handeln** – durch BWL-Grundkenntnisse
- **Rasche Resultate und Praxisbezug** – durch modularen Aufbau und direkter Umsetzung in der Praxis
- **Absicherung von Personalentscheiden und kurzer ROI** – durch Coaching von Profis im ersten Jahr

### **Dauer**

e-learning, Assessment Center, 8 Module, total 20 Tage innerhalb von 1.5 Jahren, Abschlussprüfung, in der Praxis, Zertifizierung

### **Workshop-Leitung**

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methoden. Alle im Programm ausgetauschten Informationen sind vertraulich.



# Aufbau- und Coachingprogramm für Fachleute, die in den Vertrieb wechseln wollen

Ein 1.5 -jähriges Aufbau- und Coachingprogramm zum Verkaufsingenieur im b2b-Geschäft  
Assessment-Center, e-learning, Präsenz, laufende Umsetzung in der Praxis

## Ausgangslage

Die demografische Entwicklung macht auch vor dem Vertrieb nicht halt – die erfahrenen Vertriebler der geburtenstarken Jahrgänge werden in den nächsten Jahren schwer zu ersetzen sein. Nachwuchs fehlt überall und wird oft aus anderen Bereichen z.B. dem Innendienst, dem Service, dem Engineering, rekrutiert und intern aufgebaut. Zudem verändern sich die Kundenbedürfnisse und damit die Anforderungen an professionelle Vertriebler rasant. Die Digitalisierung hält auf allen Ebenen Einzug. Rezepte, mit denen die aktuelle Generation der „alten Hasen gross geworden“ sind, funktionieren heute nur noch bedingt. Es lohnt sich deshalb, nicht mit Rezepten aus der Vergangenheit künftige Anforderungen lösen zu wollen, sondern neue Vertriebler zeitgerecht wettbewerbsfähig zu befähigen und mit aktuellen Umsetzungskompetenzen vertraut zu machen.

## Zielgruppe

Verkaufsingenieure, Key Account- und Sales Manager, Pre-Sales-Spezialisten, Berater, Produktmanagement- und Service-Verantwortliche.

## Lernziele

Die Teilnehmer kennen die aktuellen Anforderungen an den Vertrieb im b2b-Geschäft. Nach einem Assessment-Center und der Erstellung eines individuellen Anforderungsprofils pro Teilnehmer werden die Inhalte auf deren Bedürfnisse massgeschneidert, ein individuelles Ausbildungskonzept erstellt und mit den vorhandenen internen Mitarbeiter-Entwicklungsplänen des Auftraggebers abgestimmt. Die Inhalte werden in Modulen vermittelt und direkt anhand von konkreten Aufgabenstellungen aus der Praxis der Teilnehmer umgesetzt. Damit wird eine hohe Motivation der Teilnehmer und ein hoher Praxisbezug erreicht. Jedes Modul wird für sich abgeschlossen und bewertet, das Programm schliesst mit einer Abschlussprüfung und der Vergabe eines Zertifikats ab. Im Rahmen der Abschlussprüfung wird eine Fragestellung aus dem realen Umfeld der Teilnehmer bearbeitet.

## Programm-Inhalte

- Vorbereitung und Assessment-Center
- Agilität und der praxisgerechte Einsatz agiler Methoden im Vertrieb
- Die Metrik des Vertriebs Erfolgs
- Markt-Segmentierung und strategische Verkaufsplanung
- Marktbearbeitung, Direkt-Marketing, Content-Marketing
- Umgang mit sozialen Netzwerken
- Die Bedeutung des Marketing- und Kommunikations-Mix für den Vertrieb
- Aufbau und Handling der „Customer Journey“
- Verkauf 4.0: Optimierung von durchgängigen Prozessketten und Wertschöpfungsnetzwerken
- Zusammenarbeit mit Produktmanagement und Service
- Vision für den Kunden und Kundenwert
- Verkauf am Telefon
- Die 1. Kontaktnahme – brieflich, telefonisch, in sozialen Netzwerken



- Besuchshäufigkeit und Besuchsplanung, Arbeitstechnik für den Aussendienst
- Effektivität und Einsatz digitaler Hilfsmittel im Verkaufsprozess
- Kunden- und Projektqualifikation
- Fragetechniken, Einwandbehandlung
- Kommunikation, Umgang mit unterschiedlichen Menschentypen
- Aktuelle Präsentations- und Moderationstechniken z.B. Pencil-Selling
- Angebots-Qualität und Inhalte z.B. Business Cases
- Das Preisgespräch, der Wert der Lösung, die Verhandlung, der Kaufabschluss
- Reklamationen und Konflikte, Lieferverzögerungen
- Consultative Selling - der Verkaufsprozess
- Interne, abteilungsübergreifende Zusammenarbeit
- Key Account-Management, Kundenausbau, Kundenentwicklung
- Arbeitstechnik im Vertrieb
- Umgang mit Druck und Resilienz
- Selbstmotivation – Erkenntnisse aus dem Leistungssport
- Projektmanagement – Methodik und Instrumente
- BWL-Grundlagen
- CRM-Einführung und Einsatz
- Umgang mit einem multi-Channel-Vertrieb
- Einsatz des Tablets im Vertrieb
- Abschlussarbeit und Zertifizierung

Die Module werden in e-learning vorbereitet und als Präsenzworkshops durchgeführt. Zwischen den Modulen folgt die Umsetzung und die Weiterentwicklung im Unternehmen.

### **Programm-Nutzen**

- **Qualität des Lehrgangs** – durch ein Assessment Center zur Aufnahme
- **Formen der Verkäuferpersönlichkeit** – durch Kenntnis von Erfolgsfaktoren im Verkauf
- **Unternehmerisch weitsichtiges Handeln** – durch BWL-Grundkenntnisse
- **Rasche Resultate und Praxisbezug** – durch modularen Aufbau und direkter Umsetzung in der Praxis
- **Absicherung von Personalentscheiden und kurzer ROI** – durch Coaching von Profis im ersten Jahr

### **Dauer**

e-learning, Assessment Center, 8 Module, total 20 Tage innerhalb von 1.5 Jahren, Abschlussprüfung, in der Praxis, Zertifizierung

### **Workshop-Leitung**

Unsere Berater arbeiten selber erfolgreich im Verkauf und verfügen über mehrjährige Erfahrung im Gebrauch der Methoden. Alle im Programm ausgetauschten Informationen sind vertraulich.





# Projektmanagement – Methodik Grundlagen

## Grundlegende Vorgehensweisen für eine erfolgreiche Projektabwicklung Präsenzworkshop

In diesem Seminar stehen die methodischen Grundlagen des modernen Projektmanagements (klassisch, agil und hybrid) im Mittelpunkt.

Um Projekte erfolgreich zu meistern, benötigen Sie Sicherheit im Umgang mit methodischen Werkzeugen, in der zwischenmenschlichen Kommunikation und auch in der persönlichen Arbeitstechnik.

### Unsere Empfehlung

Zur weiteren Vertiefung nach diesem Seminar empfehlen wir Ihnen den Besuch von „Projektmanagement – Methodik Vertiefung“ oder „Agiles Projektmanagement“.

### Zum Thema

Projektmanagement bedeutet, anspruchsvolle Ziele in begrenzter Zeit und mit definierten Kosten mit interdisziplinären Teams zu erreichen. Alle Projektbeteiligten (Projektmitarbeiter/-innen, Fachleute, Projektleiter/-innen) müssen verstehen, wie Projekte richtig initialisiert, geplant, durchgeführt und erfolgreich abgeschlossen werden. Neben der klassischen und agilen Projektabwicklung kommt vermehrt auch die hybride Mischform zum Einsatz. Sie erhalten einen Überblick über diese Vorgehensmodelle und wesentliche Methoden.

### Zielpublikum

Projektleiter/-innen, Teilprojektleiter/-innen und Projektmitarbeiter/-innen aus privaten und öffentlichen Organisationen aller Branchen und Grössen, sowie Ressourcen-Verantwortliche in der Linienorganisation, unabhängig davon, ob die Projekte klassisch, agil oder hybrid abgewickelt werden.

### Ihr Nutzen

- Sie kennen die Projektmanagement-Vorgehensweisen klassisch, agil und hybrid und kennen ihre jeweiligen Anwendungsgebiete und Grenzen
- Sie optimieren die Abwicklung von innovativen, risikoreichen und bereichsübergreifenden Projekten
- Sie wissen, wie Sie Projektanträge formulieren, Projektaufträge vereinbaren, die Ausgangslage klären, und die Produktvision formulieren.
- Sie lernen wirkungsvoll zu kommunizieren
- Sie kennen die Aufgaben und Verantwortlichkeiten aller Projektbeteiligten
- Sie lernen, wie Sie die Verbindlichkeit in Ihrem Projektteam steigern können

### Nutzen für Ihr Unternehmen

- Erfolgreiches Meistern von Projekten
- Koordination und Optimierung des unternehmensweiten Ressourceneinsatzes durch
- Reduktion der Projektrisiken, z.B. durch frühzeitiges Erkennen von projektgefährdenden Situationen und rechtzeitiges Ergreifen notwendiger Massnahmen

### Inhalte

- Grundlagen Projektmanagement
- Vorgehensmodelle (klassisch, agil, hybrid) und deren richtige Auswahl
- Projektauftrag / Kick-off
- Produktvision
- Ziele und Anforderungen
- Stakeholder analysieren und bewerten
- Projektorganisation
- Übersicht Planung (klassische Vorgehensweise, Phasenplan)
- Übersicht Strukturierungsmöglichkeiten im Projekt
- Aufwandschätzung
- Risiko Management
- Projektabschluss
- Zwischenmenschliche Kommunikation



### Methoden

Um einen optimalen Praxistransfer zu erreichen, werden die Seminarthemen an aktuellen Fallbeispielen aus der Praxis der Teilnehmer/-innen angewendet und diskutiert. Die Fallarbeiten werden ergänzt durch ein ausgewogenes Verhältnis von Lehrgesprächen und kurzen Referaten. Ihre aktive Mitarbeit unter Einbezug Ihrer Praxiserfahrung wird dabei den Lernprozess und den gegenseitigen Austausch bereichern.

### Dauer

2 Tage

### Arbeitszeiten

Beginn 1. Tag            9.30 Uhr

Ende 2. Tag            17.30 Uhr

### Ort

In einem geeigneten Seminarhotel

### Teilnehmerzahl

Max. 12 Personen

### Unterlagen

Die Teilnehmer/-innen erhalten das Buch «Handbuch Projektmanagement», Springerverlag, sowie schriftliche Unterlagen.

### Leitung

Das Programm wird von erfahrenen Trainern durch das BWI Zürich, in Zusammenarbeit mit dem Betriebswissenschaftlichen Institut der ETH Zürich sowie der Zimmerli Sales- und Management-Consultants AG durchgeführt



# Projektmanagement – Projektleitung und Teamführung

Vertiefung der Führungskompetenz in Projekten  
Präsenzworkshop

## Zielgruppe

Das Programm richtet sich an Personen aus privaten und öffentlichen Organisationen aller Branchen und Grössen, die als Projektleiter/-innen und Mitarbeiter/-innen in der Führung von komplexen Projekten mehr Sicherheit erhalten möchten. Sehr wertvoll sind die Inhalte für den b2b-Vertrieb im Lösungs- und System- Industrie 4.0 / IoT- Vertrieb, Key-Account Manager sowie vertriebsnahe Funktionen wie Produktmanager, Change-Manager, Vertriebs-Projektleiter, Serviceleiter, Marketing-Projektleiter, R&D.

Sie bringen bereits Erfahrung in der methodischen Projektarbeit mit. Vorausgesetzt wird der Besuch des Seminars «Projektmanagement – Methodik und Instrumente» oder eine äquivalente Ausbildung in Projektmethodik.

## Zum Thema

Mangelhafte Kommunikation ist als häufigster Grund für das Scheitern von Projekten bekannt. Gerade in interdisziplinären und immer mehr auch interkulturellen Projektteams oder in matrixorganisierten Unternehmen wird von der Projektleitung hohe kommunikative Kompetenz gefordert. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, ist der Projektmanager immer wieder herausgefordert, inhaltliche Aufgaben zu delegieren um seine Kapazitäten zu schützen für die eigenen Führungsaufgaben.

## Programm-Inhalte

- Projekte erfolgreich starten
- Teamführung und Motivation
- Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams
- Gesprächsführung und Feedback
- Moderation und Sitzungsleitung
- Teamentwicklung und Rollenklärung
- Belbin® Teamrollen
- Sach- und Psycho-Logik in Veränderungsprozessen
- Umgang mit Widerstand und Projektkonflikten

## Methoden

Das Programm vermittelt die Inhalte anhand von kurzen Referaten zu den Hintergründen sowie vielen praxisnahen Beispielen. Die wichtigen Projektprozesse werden in Kleingruppen erarbeitet und vertieft. Dazu können Sie auch eigene Projektsituationen einbringen. Ihre Bereitschaft, sich sowohl auf der sachlichen wie auch auf der persönlichen Ebene aktiv mit dem Thema auseinanderzusetzen, wird vorausgesetzt.



## **Nutzen**

- Bessere Erfolgsrate bei schwierigen Projekten, die besonders hinsichtlich sozialer Komplexität sehr sensitiv sind
- Effektivere Sitzungen durch eine zielgerichtete Sitzungsvorbereitung mit Zielklärung sowie bewusst gewählter Sitzungstechnik
- Bewusstere Führung und Moderation von Projektteams
- Besserer Umgang mit sozialen Risikofaktoren
- Selbstsichere Bearbeitung von Widerstand und Konflikten
  
- Sie verschaffen sich über Delegation Freiräume für Ihre Führungsverantwortung
- Sie werden mit dem Modell der situativen Führung vertraut
- Sie erkennen Widerstände und Konflikte und können diese wirkungsvoll bearbeiten
- Sie lernen, wie zwischenmenschliche Kommunikation funktioniert und können die dabei entstehende Wirkung analysieren und beeinflussen
- Anhand des Belbin® Teamrollen-Modells stellen Sie Ihr Selbstbild strukturierten Fremdbildern gegenüber, um so eine höhere Sensibilität dafür zu entwickeln, wie Sie von anderen wahrgenommen werden
- Sie kennen unterschiedliche Verhandlungstechniken und können diese anwenden
- Sie kennen die Erfolgsfaktoren in der Gestaltung von Veränderungsprozessen

## **Termine**

Siehe separate Ausschreibung auf [www.zimmerli-consulting.com](http://www.zimmerli-consulting.com)

## **Dauer**

3 Tage

## **Arbeitszeiten**

Beginn 1. Tag            9.30 Uhr  
Ende 3. Tag             17.00 Uhr

## **Ort**

Extern in einem Seminarhotel oder beim Kunden

## **Teilnehmerzahl**

Max. 12 Personen

## **Unterlagen**

Die Teilnehmer/-innen erhalten das Buch «Handbuch Projektmanagement», Springer-Verlag, sowie schriftliche Unterlagen.

## **Leitung**

Das Programm wird von erfahrenen Trainern durch das BWI Zürich, in Zusammenarbeit mit dem Betriebswissenschaftlichen Institut der ETH Zürich sowie der Zimmerli Sales- und Management-Consultants AG durchgeführt.



# Selbstmanagement im Projekt

## Entwicklung von personalen Kompetenzen in der Projektarbeit Präsenzworkshop

### Zielgruppe

Das Programm richtet sich an Personen aus privaten und öffentlichen Organisationen aller Branchen und Grössen, die als Projektleiter/-innen und Mitarbeiter/-innen in der Führung von komplexen Projekten mehr Sicherheit erhalten möchten. Sehr wertvoll sind die Inhalte für den b2b-Vertrieb im Lösungs- und System- Industrie 4.0 / IoT- Vertrieb, Key-Account Manager sowie vertriebsnahe Funktionen wie Produktmanager, Change-Manager, Vertriebs-Projektleiter, Serviceleiter, Marketing-Projektleiter, R&D.

Sie bringen bereits Erfahrung in der methodischen Projektarbeit mit. Vorausgesetzt wird der Besuch des Seminars «Projektmanagement – Methodik und Instrumente» oder eine äquivalente Ausbildung in Projektmethodik.

### Zum Thema

Die Projektmanagement-Methodik wird noch effektiver, wenn aus den Projektzielen persönliche Ziele abgeleitet werden, alle Beteiligten ihre Prioritäten kennen und diese auch schützen gegenüber den vielfältigen zusätzlichen Ansprüchen aus der Organisation. Dies erfordert eine hohe personale Kompetenz. Dazu gehören insbesondere die Fähigkeiten der persönlichen Arbeitsplanung und effektiver Arbeitstechniken, aber auch der Umgang mit Stress oder die Fähigkeit, «Nein-Sagen» zu können und trotzdem Teil einer Lösung zu bleiben.

### Programm-Inhalte

- Persönliche Herausforderungen in der Projektarbeit
- Zeitmanagement-Matrix: Unterscheidung zwischen Dringlichkeit und Wichtigkeit
- Persönliche Prioritäten aufgrund der eigenen Ziele erkennen
- Umgang mit persönlicher Veränderung
- Persönliche Arbeitsplanung
- Umgang mit Informationsflut
- Persönliche Arbeitstechniken, Umgang mit Zeitdieben und Aufschiebeverhalten
- Entscheidungstechniken und «Nein-Sagen»
- Psychologischer Vertrag und Resilienz

### Organisation und Methoden

Das Programm findet in zwei Teilen statt: In den ersten beiden Tagen werden die Grundlagen mit kurzen Referaten, Partner- und Gruppenarbeiten sowie Selbsttests erarbeitet. Durch eine Transferarbeit zwischen den beiden Modulen wird die Verbindlichkeit in der persönlichen Umsetzung der Lernerkenntnisse gesteigert. Basierend auf diesen Transferarbeiten werden die Themen am letzten Seminartag verdichtet und auf die individuellen Bedürfnisse ausgerichtet.



### **Nutzen**

- Alle Projektbeteiligten können ihre persönlichen Prioritäten mit den Anforderungen der Projektarbeit in Einklang bringen sowie Dilemmata und Widersprüche an der Quelle erkennen, transparent machen und konstruktive Lösungen entwickeln.

Selbstmanagement im Projekt befähigt Sie:

- mit den Widersprüchen und Spannungen in Projektsituationen besser umzugehen
- die eigenen Grenzen zu erkennen und zu schützen
- sich selber in der Projektarbeit effektiv führen zu können
- mit der Informationsflut effizient umzugehen und die Prioritäten im Auge zu behalten
- Ihre persönliche Arbeitstechnik zu optimieren
- die Vielzahl an Entscheidungen, die Sie fällen müssen, durch eine passende Entscheidungstechnik zu unterstützen
- durch Entwicklung von Resilienz Ihre Belastbarkeit zu erhöhen

### **Termine**

Siehe separate Ausschreibung auf [www.zimmerli-consulting.com](http://www.zimmerli-consulting.com)

### **Dauer**

3 Tage

### **Arbeitszeiten**

Beginn 1. Tag	9.30 Uhr
Ende 3. Tag	17.30 Uhr

### **Ort**

Extern in einem Seminarhotel oder beim Kunden

### **Teilnehmerzahl**

Max. 12 Personen

### **Unterlagen**

Die Teilnehmer/-innen erhalten das Buch «Handbuch Projektmanagement», Springer-Verlag, sowie schriftliche Unterlagen.

### **Leitung**

Das Programm wird von erfahrenen Trainern durch das BWI Zürich, in Zusammenarbeit mit dem Betriebswissenschaftlichen Institut der ETH Zürich sowie der Zimmerli Sales- und Management-Consultants AG durchgeführt.



# Kommunikation in Führung und Alltag

## Praxisseminar zur Gestaltung anspruchsvoller Kommunikationssituationen Präsenzworkshop

### Zum Thema

Kommunikative Fähigkeiten werden immer mehr zur entscheidenden Schlüsselkompetenz für erfolgreiche Führung oder Projektleitung. Gute theoretische Kenntnisse über gängige Kommunikationsmodelle reichen oft nicht aus, um damit in anspruchsvollen Gesprächen bestehen zu können. Deshalb legt dieses Seminar den Schwerpunkt auf den praxisorientierten Umgang mit solchen Situationen. In verschiedenen Settings werden Situationen aus dem Arbeitsalltag der Teilnehmer/-innen experimentell aufgegriffen, um wirksame Kommunikationsmöglichkeiten zu entwickeln und zu erproben. Grundlegende Kenntnisse über gängige Kommunikationsmodelle (Ich-Botschaft, aktives Zuhören, Feedbacktechniken, Sender-Empfänger-Modell, vier Seiten einer Nachricht usw.) werden dabei als bekannt vorausgesetzt. Etwa vier Wochen vor dem Seminar erhalten die Teilnehmer/-innen dazu ein Skript in elektronischer Form zur Vorbereitung und Auffrischung.

### Zielpublikum

Führungspersonen, Projektleiter/-innen und Fachkräfte, die ihre kommunikativen Fähigkeiten praxisorientiert weiterentwickeln wollen und bereit sind, neue Erfahrungen auf einer experimentellen Entdeckungsreise zu machen, und ein ehrliches Feedback als Chance zur eigenen Weiterentwicklung schätzen. Ein Angebot an alle, welche die Chancen guter Kommunikation für ihren Führungs- oder Projektleitungserfolg aktiv nutzen wollen.

### Ihr Nutzen

- Sie lernen praxistaugliche Kommunikationsmethoden kennen und wenden diese direkt im Training mit anderen Teilnehmer/-innen an
- Sie lernen Einflussgrößen kennen, die eine gute Kommunikation unterstützen und einen wirkungsvollen Austausch ermöglichen
- Sie fördern Eigenwahrnehmung und Selbstreflexionsfähigkeit und verbessern so Ihre Fähigkeit zum wirksamen Sprechen und aufmerksamen Zuhören
- Sie trainieren Ihre kommunikativen Fähigkeiten in verschiedenen Settings und erhalten dazu professionelles und konstruktives Feedback

### Nutzen für Ihr Unternehmen

- Erfolgreichere und wirkungsvollere Kommunikation im Arbeitsalltag
- Erhöhte Sensibilität gegenüber dem Entstehen von Missverständnissen und daraus resultierenden Konflikten
- Erhöhte Dialogfähigkeit und dadurch die Chance tragfähige Lösungen zu entwickeln
- Stärkung der Führungs- und Projektleiterrolle durch souveräne Kommunikation in anspruchsvollen Situationen



### **Inhalte**

- Hirnphysiologische Erkenntnisse zur Kommunikation und ihre Auswirkungen
- Die subjektive Konstruktion von Wirklichkeiten
- Umgang mit unterschiedlichen Sichtweisen und Widersprüchen
- Emotionen und ihr Einfluss auf Kommunikation
- Klarheit, Wertschätzung und Respekt
- Konstruktiv wertschätzendes Feedback in der Praxis
- Bearbeitung von Praxissituationen der Teilnehmer/-innen

### **Methoden**

- Kurz-Inputs
- Rollensimulationen
- Einzel- und Gruppenarbeit
- Wahrnehmungsübungen / Mentaltraining
- Experimentelles entwickeln von Handlungsoptionen
- Kollegiale Beratung und Unterstützung
- Fallarbeiten

### **Termine**

Siehe separate Ausschreibung auf [www.zimmerli-consulting.com](http://www.zimmerli-consulting.com)

### **Dauer**

2 Tage

### **Arbeitszeiten**

Beginn 1. Tag            9.30 Uhr  
Ende 2. Tag            17.00 Uhr

### **Ort**

Extern in einem Seminarhotel oder beim Kunden

### **Teilnehmerzahl**

Max. 12 Personen

### **Unterlagen**

Die Teilnehmer/-innen erhalten schriftliche Unterlagen im PDF-Format zur Vorbereitung. Weitere Unterlagen werden im Programm abgegeben.

### **Leitung**

Das Programm wird von erfahrenen Trainern durch das BWI Zürich, in Zusammenarbeit mit dem Betriebswissenschaftlichen Institut der ETH Zürich sowie der Zimmerli Sales- und Management-Consultants AG durchgeführt





# Veränderungen im Unternehmen gestalten

Präsenzworkshop

## **Zum Thema**

Die meisten Projekte sind auch mit mehr oder weniger grossen Veränderungen in der Organisation eines Unternehmens verbunden. Somit wird das Gestalten dieser Veränderung zur ebenso wichtigen Aufgabe wie die Projektabwicklung selbst. Das Seminar liefert einen Überblick über die wichtigsten Themen und Fragen im Change-Management, unabhängig davon, ob Sie die Veränderung als Führungskraft oder Projektleiter/-in aktiv gestalten.

## **Zielpublikum**

Führungspersonen und Fachspezialisten, welche interne Projekte mit hohem Potenzial von Veränderungen oder sogar Projekte der Veränderung konzipieren, aktiv gestalten oder führungsmässig verantworten.

## **Ihr Nutzen**

Sie erhalten einen Überblick über Architektur, Methoden und Interventionen, um Veränderungsprozesse gestalten zu können. Sie lernen Arbeitsmethoden und -techniken kennen, um die Führungsaufgaben in der Praxis erfolgreich wahrzunehmen. Sie setzen sich mit der Rolle des «Change Agent» auseinander und entwickeln ein Bewusstsein für die damit verbundene Erwartung und Verantwortung.

## **Nutzen für Ihr Unternehmen**

Die Führungspersonen lernen, wie sie Veränderungsprozesse im Unternehmen gestalten können und leisten somit einen wesentlichen Beitrag, anstehende Projekte mit weniger Reibungsverlusten durchzuführen.

## **Inhalte**

Definition Change-Management  
Architektur und Design von Veränderungen  
Zusammenhang mit Projektmanagement  
Wichtige Interventionsmethoden  
Zielfindung und Planung  
Steuerung der Prozesse  
Problemlösungsmethodik  
Umgang mit Unsicherheiten  
Wesentliche Elemente des Führungsverhaltens  
Arbeiten mit Anspruchsgruppen und Teams  
Umgang mit Widerstand

## **Methoden**

Lehrgespräche und Diskussionen  
Gruppenarbeiten



**Termine**

Siehe separate Ausschreibung auf [www.zimmerli-consulting.com](http://www.zimmerli-consulting.com)

**Dauer**

1 Tag

**Arbeitszeiten**

Beginn 1. Tag	9.30 Uhr
Ende 1. Tag	17.00 Uhr

**Ort**

Extern in einem Seminarhotel oder beim Kunden

**Teilnehmerzahl**

Max. 12 Personen

**Unterlagen**

Die Teilnehmer/-innen erhalten schriftliche Unterlagen im PDF-Format zur Vorbereitung. Weitere Unterlagen werden im Programm abgegeben.

**Leitung**

Das Programm wird von erfahrenen Trainern durch das BWI Zürich, in Zusammenarbeit mit dem Betriebswissenschaftlichen Institut der ETH Zürich sowie der Zimmerli Sales- und Management-Consultants AG durchgeführt

---

# Öffentliche Workshops



Wir führen regelmässig offene Workshops zu ausgewählten Themen durch. Aktuelle Informationen, Anmeldungen und News finden Sie auf unserer Webseite [www.zimmerli-consulting.com](http://www.zimmerli-consulting.com)