

Training – Coaching – Beratung

Trainingscenter QualiSales Vertriebs- und Beratungs- GmbH

Verkaufserfolge sind kein Zufall



Kommunikation

Management



Marketing

Verkauf

Training – Coaching – Beratung

Trainingscenter QualiSales Vertriebs- und Beratungs- GmbH

Verkaufserfolge sind kein Zufall



Kommunikation

Management

Ihre Chance für die Zukunft

Verkauf

Marketing

Zur Person

Erfahrungen vom Anwender zum Anwender

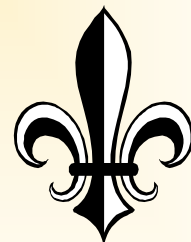
Unser Anspruch kommt Ihnen zu Gute

*Langjährige Erfahrung als erfolgreicher
Verkäufer und Vertriebsleiter*

Key Account Management erlebt und gelebt

Als Verkaufsleiter Verkäufer zum Erfolg geführt

Diplom in Marketing und Marktforschung



Unser Trainingscenter ist ein eingeführtes Seminar und Beratungsunternehmen, das sich durch seine Kompetenz in vielen namhaften Unternehmen einen guten Ruf erworben hat. Neben der Marketingausbildung bietet das **Trainingscenter** in Unternehmen spezifische Trainings zu den Bereichen Verkauf, Management und Kommunikation an.

Unsere Trainings orientieren sich an der Unternehmenspraxis und basieren auf einem psychologisch fundierten Konzept. Wir trainieren den Prozess der situativen Entscheidung und nicht das roboterhafte Reagieren.

Mit Ihnen gemeinsam analysieren wir die Verkaufsphilosophie Ihres Unternehmens sowie die Bedürfnisse Ihrer Kunden und fixieren die Zielsetzung der Seminare.

Der Leitgedanke der Seminare im **Trainingscenter** lautet:

IQ und EQ - das Erfolgsgespann

Ohne EQ (Emotional Quality) haben Sie mit Ihrem IQ (Intelligenzquotient) bei Ihrem Kunden keinen Erfolg.

Einfühlungsvermögen und Fingerspitzengefühl ist die Basis unserer Seminare.

Beziehungsmanagement erlernen ist die Grundlage in allen Trainings.

Technologische Neuerungen, die Halbwertzeit des Wissens und eine zunehmende Dichte auf dem Weltmarkt machen eine kontinuierliche Bildungsarbeit für jeden aktiven Menschen erforderlich.

Nur durch die Investition in die Qualifizierung der Mitarbeiter, aber auch in die eigene Entwicklung ist es möglich, den Mitbewerbern immer einen Schritt voraus zu sein. Wir beraten Sie gern bei der Entscheidungsfindung über geeignete und notwendige Bildungsmaßnahmen in Ihrem Hause.



Wir entwickeln mit Ihnen Seminarthemen die Ihrer Problemstellung gerecht werden und erfolgsorientierte Lösungen garantieren.

Technologische, ökologische und gesellschaftliche Wandlungsprozesse machen veränderte Unternehmensstrukturen erforderlich. Wie und Wo soll man aber damit beginnen?

Das Training Center hilft gerne bei der Beantwortung dieser Frage, unterstützt und gestaltet vor Ort die praktische Durchführung mit Ihnen.



Training – Coaching – Beratung
Trainingscenter



Seminarangebote

Sozialkompetenz – Methodenkompetenz
Fachkompetenz - Führungskompetenz



Weiterbilden für die Zukunft

Wir für Sie

Selbstdarstellung 1

Das Konzept – maßgeschneiderte Trainings

Unter dem Gesichtspunkt: Wissen allein reicht nicht, man muss Gelerntes anwenden, entsprechen unsere Trainings folgenden Kriterien:

- ✚ **Maßgeschneidert für jeden Kunden**
- ✚ **Kontinuierliches Training in der Praxis**
- ✚ **Trainings- und Führungsmittel**
- ✚ **Basis ist die Förderung Ihres EQ (Emotionale Intelligenz)**

Maßgeschneidert für jeden Kunden, weil Mitarbeiter ihre eigene Praxis und ihre eigenen Probleme in ein Training einbringen wollen und sollen. Neue Wege und Problemlösungen können nur wirksam sein, wenn Einsichten über Erfahrungen berücksichtigt und bearbeitet werden.

Kontinuierliches Training in der Praxis, weil der Weg vom Wissen zum Anwenden Zeit und die Möglichkeit zur ständigen Übung benötigt. Jeder einzelne übt, was für IHN wichtig ist, und wo ER Schwachstellen hat.

Trainings- und Führungsmittel des Vorgesetzten, weil die Weiterentwicklung seiner Mitarbeiter letztlich die Aufgabe eines jeden Vorgesetzten ist. Er muss der Arbeit des Mitarbeiters einen Wert geben.

Förderung des EQ, weil Verstand und Gefühl eine Einheit bilden, weil der Umgang mit den Gefühlen, als Grundlage einer positiven Beziehung, stimmen muss.

Selbstdarstellung 2

Vorgehensweise zur Einführung in Unternehmen

Bei unseren Trainingsprogrammen handelt es sich um seit Jahren praxiserprobte Konzepte zur kontinuierlichen Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern in Unternehmen primär in den Bereichen Verhalten, Kommunikation und Marketing. Die Konzepte werden den jeweiligen Bedürfnissen individuell angepasst ó siehe nachfolgend:

- ✚ **Schritt 1: Interview/Analyse/Datensammlung**
- ✚ **Schritt 2: Praxisbeobachtung**
- ✚ **Schritt 3: Programmerstellung**
- ✚ **Schritt 4: Durchführung der Basistrainings**
- ✚ **Schritt 5: Train-the-Trainer Seminare**
- ✚ **Schritt 6: Kontinuierliches Training**

In strukturierten Interviews mit der Geschäftsführung und den zuständigen Stellen wird die Ist-Situation erfasst und werden Wünsche und Vorstellungen hinsichtlich der Schulungen ermittelt. Die in den Gesprächen festgestellten Daten und Fakten fließen in die Programmerstellung ein. Mit ausgewählten Mitarbeitern wird die Praxisbeobachtung durchgeführt. Aus den gesammelten Daten werden Trainingsprogramme erstellt, die sich auf die Gegebenheiten des Kunden beziehen. Jetzt folgt das Basistraining. Nach dem Basistraining erhalten speziell ausgewählte Mitarbeiter ein spezielles Train-the-Trainer-Seminar, um Trainings im eigenen Unternehmen zu gestalten. Ein kontinuierliches Training des Gelernten folgt in regelmäßigen Abständen.

Selbstdarstellung 3

Das Konzept – maßgeschneidertes Telefontraining – Firma Timmer Pneumatik

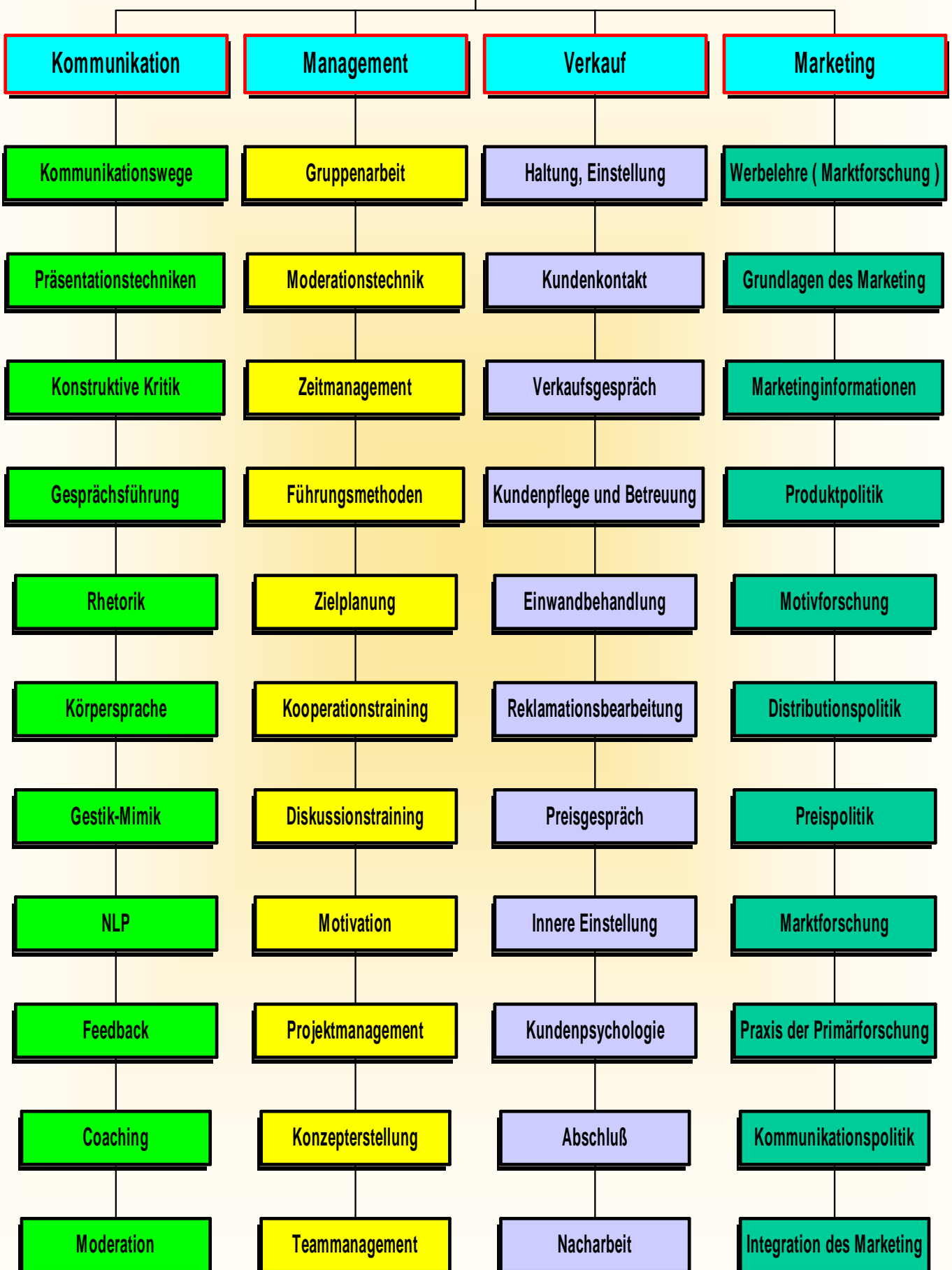
Business-Telefonate erfolgreich führen. Zielsetzung war in diesem Seminar, klar definierte Gesprächsziele in der Praxis am Telefon, auf der Basis **PRE-SALES-SERVICE**, mit positivem Ergebnis in Richtung Kundenbindung zu verwirklichen.



Leitgedanke mit IQ und EQ zum Erfolg

Förderung des EQ, weil Verstand und Gefühl eine Einheit bilden, weil der Umgang mit den Gefühlen, als Grundlage einer positiven Beziehung, stimmen muss.

Verkaufserfolge sind kein Zufall



Verkaufserfolge sind kein Zufall

Kommunikation

Kommunikationswege

Moderation

Konstruktive Kritik

Gesprächsführung

Rhetorik

Körpersprache

Gestik-Mimik

Feedback

NLP

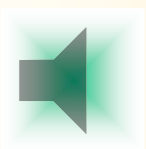
Coaching

Präsentationstechniken

Kommunikation

Jede Kommunikation verläuft auf zwei Ebenen, der Inhaltsebene und der Beziehungsebene; wobei letztere erstere definiert. Menschen für sich gewinnen zu können, sie von sich und von seinem Vorschlag/Angebot überzeugen zu können, erfordert in erheblichem Umfang zusätzliche Kompetenzen, ganz besonders im Bereich der zwischenmenschlichen Interaktion und Kommunikation. Das einzig relevante Unterscheidungsmerkmal eines Unternehmens ist die Qualität der Mitarbeiter und die ihrer Kommunikation nach innen und außen.

- ✚ **Grundlagen, Gesetzmäßigkeiten der Kommunikation**
- ✚ **Bedeutung des Selbstwertgefühls für die Kommunikation**
- ✚ **Die Bedeutung der Körpersprache**
- ✚ **Die Sprache als Instrument des Denkens**
- ✚ **Fragetechnik und Argumentationstechnik**
- ✚ **Techniken zur Lösung bzw. Bewältigung von Konflikten**
- ✚ **Die innere Einstellung**
- ✚ **Selbstbild; Fremdbild; Feedback**
- ✚ **Sich selbst und andere besser verstehen (Persönlichkeit)**
- ✚ **Grundsätze für Besprechungen und Verhandlungen**
- ✚ **Kommunikationsfertigkeiten**



Damit erreichen Sie folgende Ziele:

- **Erweiterung der kommunikativen Fertigkeiten**
- **Freundlichkeit und Kompetenz zum Kunden hin**
- **Lösung von Konflikten ohne Konfrontation**
- **Professionelles Verhalten in Richtung der Ziele**

Verkaufserfolge sind kein Zufall

MANAGEMENT

Gruppenarbeit

Moderationstechnik

Zeitmanagement

Führungsmethoden

Zielplanung

Teammanagement

Diskussionstraining

Motivation

Projektmanagement

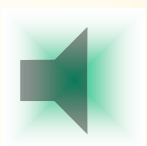
Konzepterstellung

Kooperationstraining

TeamManagement

Wenn Sie häufig in Teams arbeiten und besser verstehen wollen, wie Ihr Team funktioniert und wie Sie es zu guten Arbeitsergebnissen führen können, welches Ihr bevorzugtes Verhalten in Gruppen ist und wie Sie Ihre eigene Rolle gestalten können dann **DENKEN** und **HANDELN** Sie nach dem Grundsatz: Managen bedeutet etwas **POSITIV VERÄNDERN**, in die Richtung der Unternehmensziele. Ein gutes Management führt Mitarbeiter zu den klar fixierten Zielen indem es der Arbeit des Mitarbeiters einen Wert gibt.

- ✚ **Teamleistung und Zufriedenheit im Team**
- ✚ **Entwicklungsphasen von Gruppen**
- ✚ **Rollen in Teams, Aufgabenrollen - Erhaltungsrollen**
- ✚ **Analyse der eigenen, bevorzugten Rollen**
- ✚ **Selbstbild - Fremdbild**
- ✚ **Arbeit auf Inhalts- und Beziehungsebene**
- ✚ **Feedback**
- ✚ **Umgang mit Autorität**
- ✚ **Konfliktlösung in Gruppen**
- ✚ **Verhaltensweisen fördern die der Sache dienen**
- ✚ **Modelle zur zielorientierten Beeinflußung von Teams**
- ✚ **Vertrauen untereinander fördern**
- ✚ **Ergebnisse als Gemeinsamkeit erkennen**



Damit erreichen Sie folgende Ziele:

- **Verbesserung der Wahrnehmung für Prozesse**
- **Erkennen der eigenen Rolle in Gruppen**
- **Verhaltensrepertoire wird erweitert**
- **Übernahme von Führungsfunktionen in der Gruppe**

Verkaufserfolge sind kein Zufall

Verkauf

Haltung und Einstellung

Kundenkontakt

Verkaufsgespräch

Nacharbeit

Einwandbehandlung

Reklamationsbearbeitung

Preisgespräch

Innere Einstellung

Kundenpsychologie

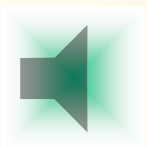
Abschluß

Kundenpflege und Betreuung

Verkaufsgespräche

Die Aussage zu **TEUER** signalisiert der Kunde will ja mit mir; ich muss ihn nur noch vom **NUTZENPREIS** überzeugen. Die Frage nach dem Auftrag, also zur Sache kommen, stellt für viele Verkäufer den Teil des Verkaufsprozesses dar, der am meisten gefürchtet wird. Wir als Verkäufer müssen dem Kunden bei dieser wichtigen Entscheidung helfen. Wir müssen ihn hinführen, ihn leiten. Das bedeutet für uns, wir müssen **Kaufsignale des Kunden** besser registrieren und gezielt darauf reagieren sowie aktive Abschlußtechniken anwenden können.

- ✚ **Die Phasen des Verkaufsgesprächs**
- ✚ **Zieldefinition für das Verkaufsgespräch**
- ✚ **Aktives Zuhören**
- ✚ **Professionelle Einwandbehandlung**
- ✚ **Kaufsignale erkennen und nutzen**
- ✚ **Unrat nicht beachten, nicht darauf reagieren**
- ✚ **Beziehungsmanagement aufbauen**
- ✚ **Gesprächssteuerung durch Einsatz der Fragetechnik**
- ✚ **Lenkungsmethode anwenden hin zum Ziel**
- ✚ **Vertrauen beim Kunden bilden**
- ✚ **Im Nutzen verkaufen**
- ✚ **Kundenorientierte Präsentation**
- ✚ **Bewährte Abschlußtechniken einsetzen**



Damit erreichen Sie folgende Ziele:

- ➔ **Steigerung der Verkaufsproduktivität**
- ➔ **PositiveEinstimmung auf die Abschlußphase**
- ➔ **Verbesserung der Abschlußquoten**
- ➔ **Stärkung des Selbstwertgefühls**

Verkaufserfolge sind kein Zufall

Marketing

Werbelehre

Grundlagen des Marketing

Marketinginformationen

Produktpolitik

Integration des Marketing

Distributionspolitik

Preispolitik

Marktforschung

Motivforschung

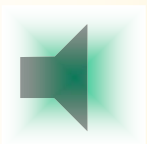
Kommunikationspolitik

Praxis der Primärforschung

Marketing

Die Marketing-Strategie ist die Antriebsfeder Ihres Unternehmens. Technische Produkte sind erklärungsbedürftiger als Konsumgüter. Funktion, Bedienung aber auch Leistung und Service müssen leicht verständlich nahegebracht werden. High-Tech-Produkte brauchen eigene Strategien. Produkt- und Sortimentsgestaltung, Preise und Konditionen, effektive Vertriebswege sowie Kundendienst und Werbung, Verkaufsförderung sowie Public Relations richtig koordiniert und den Bedürfnissen angepasst - das führt zu einer tragfähigen Marketing-Strategie.

- ✚ Grundlagen des Marketing
- ✚ Entwicklung einer Marketing-Konzeption
- ✚ Entwicklung einer Marketing-Strategie
- ✚ Marketing-Instrumente (Produkt, Preis usw.)
- ✚ Umweltfaktoren (Wettbewerb, Nachfrage usw.)
- ✚ Marketing-Mix als Stimulation der Nachfrage
- ✚ Marketing als Teil der Unternehmenspolitik
- ✚ Marketingziele ó Unternehmensziele
- ✚ Verkäufer- und Käufermarkt
- ✚ Verkaufsorientierung, Produktionsorientierung



Damit erreichen Sie folgende Ziele:

- Sie **DENKEN** und **HANDELN** marktorientiert
- Sie **PLANEN** Ihren **ERFOLG** strategisch
- Sie bestimmen den Prozeß der Kaufentscheidung
- Sie differenzieren Ihre Preise vom Wettbewerb

Seminarangebot Baustein 5

Business-Telefonate

Positives Gesprächsklima schaffen

Emotionale Brücke schlagen

Aktiv zuhören

Informationen erfragen

Genau hinhören

Hintergrundbotschaft entschlüsseln

Bestätigung einholen

Vorteile zeigen, Vorschläge bieten

Zusammenfassen, Zustimmung einholen

Positive Stimmung - Positives Wirken

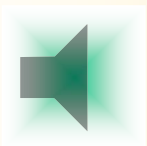
Konkret verbleiben, wer macht Was bis Wann

Kontakt vereinbaren, freundlich verabschieden

Telefontraining

Alles, was bei einem Besuch vor Ort an Körpersprache eingesetzt werden kann, fällt beim Telefonieren weg. Deshalb muss so viel Aussagekraft wie möglich in die Stimme und in die Sprache gelegt werden. Ausdruckskraft und die Stimme werden aber vom Selbstverständnis und vom Selbstvertrauen des Telefonverkäufers bestimmt. Deshalb wird ein großer Teil des Trainings auf die psychologischen Aspekte des Telefonierens verwendet:

- ✚ **Möglichkeiten und Grenzen des Telefonierens**
- ✚ **Die innere Einstellung ó Grundlage positiver Gespräche**
- ✚ **Keine Angst vor dem NEIN**
- ✚ **Image für das Unternehmen**
- ✚ **Die richtige Gesprächsvorbereitung**
- ✚ **Die ersten 60 Sek. des Telefonats sind die wichtigsten**
- ✚ **Der richtige Aufhänger ó Gesprächspartner öffnen**
- ✚ **Gesprächssteuerung durch Einsatz der Fragetechnik**
- ✚ **Lenkungsmethode anwenden hin zum Ziel**
- ✚ **Grundlagen der Kommunikation**
- ✚ **Einwänden wirksam begegnen**
- ✚ **Abschlußsignale erkennen**
- ✚ **Erarbeiten eines Telefonskripts**



Damit erreichen Sie folgende Ziele:

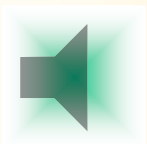
- ➔ **Ihre Mitarbeiter telefonieren **gerne****
- ➔ **Ihre Mitarbeiter telefonieren **lebendig****
- ➔ **Ihre Mitarbeiter telefonieren **überzeugend****
- ➔ **Ihre Mitarbeiter telefonieren **wirkungsvoll****

Zeitmanagement

Beruflicher Erfolg und persönliche Zufriedenheit basieren zu einem wesentlichen Teil auf einer optimalen Zeitplanung und damit verbunden auf einer sinnvollen Zeiteinteilung.

Überlastung im täglichen Leben sorgt für Stress und Chaos und daraus resultierend kommt es zu psychischen oder physischen Krankheiten. Bei der Erforschung der Gründe von Stress und Chaos stößt man sehr schnell auf eine falsche oder unbefriedigende Zeitplanung als Ursache.

- ✚ **Einführung in die Grundbegriffe der Organisation**
- ✚ **Die persönliche Aufbauorganisation**
- ✚ **Der Schreibtisch, Ablagesystem, Aktenschrank**
- ✚ **Am Ende eines Arbeitstages**
- ✚ **Die persönliche Ablauforganisation**
- ✚ **Zeitfallen**
- ✚ **Das PARETO-PRINZIP**
- ✚ **Positives DENKEN und HANDELN**
- ✚ **Erfolgsanalyse, Zielsetzung, Zielerreichung**
- ✚ **Führung durch Delegation**
- ✚ **Konsequenz führt Sie zum Ziel**
- ✚ **Rationelles Telefonieren**
- ✚ **Persönlichkeitsanalyse**



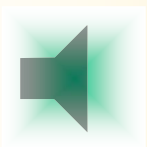
Damit erreichen Sie folgende Ziele:

- **Wesentliches vom Unwesentlichen trennen**
- **Erreichung der persönlichen Ziele**
- **Optimale erfolgreiche Aufgabenerfüllung**
- **Gesundheit, Zufriedenheit, Ausgeglichenheit**

Messtrainning

Für das Handelsunternehmen sind Informationen ebenso wichtig, wie die Waren selbst. Erfahrungsaustausch und persönliches Vertrauensverhältnis werden dadurch immer wichtiger. Kontakte müssen geknüpft und gepflegt werden. Und wo könnte dies besser geschehen als auf Messen und Ausstellungen im direkten Gespräch mit allen in Frage kommenden Geschäftspartnern. Messen sind gleichzeitig Plattform für Kooperationsinitiativen. Sie sind Treffpunkt und Umschlagplatz für den Austausch von Produkten, Ideen und Know-how.

- ✚ **Bedeutung der Messe für das Unternehmen**
- ✚ **Messeziele, Messestand, Standgestaltung**
- ✚ **Persönliche Vorbereitung der Messe**
- ✚ **Organisatorische Vorbereitung der Messe**
- ✚ **Messeaktivitäten**
- ✚ **Die Persönlichkeit des Mitarbeiters**
- ✚ **Der Mitarbeiter am Messestand**
- ✚ **Kontaktphase, Kommunikation, Gesprächseröffnung**
- ✚ **Gesprächsaufbau und Gesprächsführung**
- ✚ **So meistern Sie schwierige Situationen am Messestand**
- ✚ **Der Messekontaktreport**
- ✚ **Nacharbeit, Erfolgskontrolle, Abschlußbericht zur Messe**



Damit erreichen Sie folgende Ziele:

- **Kontakte knüpfen und festigen**
- **Kunden gewinnen und binden**
- **Unternehmens- und/oder Produktpräsentation**
- **Kundenbedürfnisse und ówünsche erkennen**

Selbstmanagement

