

LEAD GENERATION TRAINING

LEAD GENERATION – LERNEN SIE DIE OFTMALS BELASTENDE UND DAHER OFT VERDRÄNGTE AUFGABE „VERTRIEB“ DURCH ZERLEGUNG IN UMSETZBARE KAMPAGNEN IM TEAM ZU MEISTERN UND IHRE INDIVIDUELLEN VERTRIEBSSTÄRKEN AUSZUSPIELEN.

ZIELSETZUNG UND NUTZEN –
WIE PROFITIEREN SIE ...

... als Teilnehmer?

- Indem Sie Ihren Weg zur erfolgreichen Lead-Generierung finden.
- Indem Sie eine wiederholbare Methode zum planvollen Vertriebsangang erlernen.
- Indem Sie erleben, wie Kollegen die Herausforderung „Vertrieb“ angehen und mit welchem Vorgehen die Kollegen bereits gute Erfahrungen gemacht haben.
- Indem Sie den Verlauf der Vertriebsarbeit in einem geschützten Raum unter fachlicher Anleitung durchspielen, damit es in der Praxis keine „bösen Überraschungen“ gibt.

... als Unternehmen/Unternehmer?

- Dadurch, dass Sie direkt umsetzbare Ergebnisse erhalten.
- Mit einem ultimativen Bezug zu Ihren Kunden
- und Mitarbeitern, die den Vertriebs Erfolg wollen.

... als Fachabteilung?

- Indem Sie Zugang zu einem innovativen und erfolgreichen Blended-Learning-Konzept erhalten, das Ihnen durch den hohen Praxisbezug, die nachgewiesene Wirksamkeit und die hohe emotionale Beteiligung der Teilnehmer nachhaltigen Erfolg bringt.

INHALTE UND METHODEN –
WAS BRINGT SIE ZUM ERFOLG?

Wir bieten Ihnen eine „Trainings Journey“ und nicht nur ein reines Präsenztraining, d.h., wir holen die Mitarbeiter individuell in Bezug auf ihren Wissensstand und ihre aktuellen Herausforderungen ab.

Alle Teilnehmer arbeiten sich gemeinsam in einem Design-Prozess durch eine Kampagnenplanung bis zur Roadmap. Dabei werden Kampagnenziel, Vorgehen, die individuelle Persönlichkeit, die Team-DNA, die Kunden-DNA sowie die Beziehungs-DNA ermittelt, um diese dann in einer großen Simulation vom ersten Kontakt bis zum bestmöglichen Geschäftserfolg in der Kampagne durchzuspielen. Das Team dokumentiert dabei laufend die Roadmaps und To Do's für die erfolgreiche Umsetzung.

ADRESSATEN –
FÜR WEN IST DAS TRAINING GEDACHT?

Für alle Professionals,
die Vertriebsverantwortung haben:

- als persönliches Umsatz oder Auftragseingangsziel
- als Verantwortliche(r) für eine Kundenbeziehung/ Key Account
- als Verantwortliche(r) für ein Thema oder ein Produkt
- als Verantwortliche(r) für eine Organisationseinheit

Für alle Serviceverantwortlichen,
die im Vertriebsprozess eine Rolle innehaben:

- als Business Development Manager(in)
- als Marketing-Leiter(in)