

Workshop

STRATEGISCHER TECHNOLOGIE VERTRIEB

Kunden erforschen und strategischen Wert schaffen



2 Tage



Format: Präsenz oder Online



Produktcode: STS

✓ Sales Directors

✓ Sales Responsible

✓ Account Manager & Key Account Manager

✓ Business Development Manager

✓ Pre-Sales Engineers & Consultants

BESCHREIBUNG

Budgets für Technologie verlagern sich immer mehr auf operative und strategische Ebenen eines Unternehmen. Technologie-Verkäufer sind gefordert, mehr und mehr das Gespräch über strategische Business-Probleme zu führen. Dieser Kurs ist für strategische Account Manager und jeden Verkäufer, der mehr Verkaufspotential außerhalb der Technologie-Abteilung vermutet und erschließen will.

Um Kundenprobleme besser zu lösen, brauchen Sie zunächst ein tieferes Verständnis über das Business des Kunden. Wie schafft das Unternehmen Wert? Wer ist der Kunde des Kunden? Wie sind Strategie, Operations und Technologie verknüpft?

Teilnehmer lernen schnell einfache Methoden, um das Business zu analysieren, Verkaufsgespräche zu vertiefen und stärker auf neue Chancen jenseits der reinen Technologie zu konzentrieren. Sie lernen praktische, erprobte Wege, um Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette des Kunden zu verstehen, neue Gesprächsansätze zu erarbeiten und die technologische Lösung strategisch zu machen.

TAKE AWAYS

Sie lernen, wie Sie Ihr Angebot mit den strategischen Initiativen und Werttreibern ihres Kunden verknüpfen können. Sie nutzen die strategischen Einflussfaktoren des Kunden auf strategischer Ebene und erarbeiten, wie sie diese für Ihren Vertrieb nutzen können.

Alle Inhalte des Trainings wenden Sie direkt auf einen strategischen Kunden an und entwickeln einen konkreten Plan. Ihre Vertriebsgespräche werden strategischer und erfolgreicher.



ÜBERBLICK

KUNDEN ANALYSIEREN

- Abhängigkeit von Strategie, Operations und Technologie verstehen
- Identifizieren Sie Geschäftsmodell, Value Proposition und Wertschöpfungskette Ihres Kunden
- Analysieren Sie die äußeren Einflusskräfte (Markt, Branche, Kundenbedarfe, Partner/Lieferanten etc.)
- Entdecken Sie, wie das Business Investitionen in Technologie bewertet (TCO, ROI)

NEUE VERKAUFSCHANCEN AUFDECKEN

- Finden Sie neue Opportunities in der Wertschöpfung Ihrer Kunden
- Entdecken Sie fehlende Business Capabilities ihres Kunden und verwandeln Sie diese in Verkaufschancen
- Erstellen Sie eine 'Opportunity Map' und kreieren Sie eine langfristige Pipeline

NEUE BUSINESS STAKEHOLDER IDENTIFIZIEREN

- Decken Sie Einfluss, Risiko und Motivation der Stakeholder auf
- Quantifizieren Sie die Opportunity für jeden Stakeholder

ÜBERZEUGENDE BOTSCHAFTEN ENTWICKELN

- Lernen Sie die Zutaten für kraftvolle, überzeugende Botschaften kennen
- Machen Sie Ihre Botschaft mit Storytelling lebendig
- Verknüpfen Sie Stakeholder & Käufertypen mit der passenden Story

ABSCHLUSS & VEREINBARUNG

- Übernehmen Sie die Führung und planen Sie Aktivitäten und Verantwortlichkeiten
- Integrieren Sie konkrete Schritte in den Vertriebsprozess

METHODEN UND PHILOSOPHIE

Sie lernen universelle und erprobte Werkzeuge für die Business Analyse kennen und wenden diese im strategischen Vertrieb an. Sie werden an aktuellen Kunden arbeiten, Ideen entwickeln, konkrete neue Verkaufschancen aufdecken und diese in den Vertriebsprozess überführen.

„...hat massiv unsere Sales Pipeline vergrößert...“
(Matthew A., Director Global Sales)

ÜBER UNS

Wir sind Experten und Pioniere aus IT und Business. Wir nutzen die neuesten Prinzipien in den Bereichen Business, Leadership, Organisationskultur und Design, kombiniert mit fundierten Kenntnissen in IT und Business-Technologie. Unser Team hat Workshops in mehr als 50 Ländern mit über 14.000 Kunden weltweit durchgeführt.

WIE KÖNNEN WIR SIE BEGLEITEN?

Kontaktieren Sie uns unter:

 www.linkedin.com/company/triangility

 welcome@triangility.com

 [Website contact form](#)

