

Sales Manager (DHA)

Zeit- und Selbstmanagement

Bedeutung des Zeit- und Selbstmanagements, Umgang mit Zeitfressern, erfolgreiche Methoden des Zeit- und Selbstmanagements

Einführung in den Salesbereich

Sales: Strategien und Grundlagen

Instrumente des Verkaufs, Verkaufsstrategien, erfolgreiche Verkaufskonzepte, Verkaufsmanagement und -werkzeuge, Aufgaben und Reporting, Budgetierung im Sales

Erfolgreiche Verkaufsgespräche

Neue Wege der aktiven Kundenakquise

Vorgehensweise zur Gewinnung neuer Kunden und Zielgruppen, Techniken der Kontaktaufnahme mit potenziellen Neukunden

Checklisten und Erfolgsfaktoren für Verkaufsgespräche

Gesprächsverlauf, Verkauf von Zusatzleistungen, Umgang mit Einwänden

Das erfolgreiche Verkaufsgespräch – von der Begrüßung bis zur Verabschiedung

Begrüßung und Platzierung, erfolgreiches Beraten, Empfehlen, Argumentieren, Nachfassen und Verabschieden

Gestaltung von Angeboten und Verträgen

Angebots- und Vertragsgestaltung

Aufbau und Inhalte von Angeboten und Verträgen, Darstellung, Form, Request For Proposal (RFP), Bietersysteme

Inhalte von Veranstaltungsangeboten und Verträgen

Essenzielle Inhalte, Formulierungen und rechtliche Grundlagen

Angebotskalkulation in der Praxis

Deckungsbeitragsrechnung mit Deckungsbeitrag I und Gross Operating Profit (GOP)

E-Commerce

Aufgaben und Bedeutung des elektronischen Vertriebs

Vertriebswege, Vertriebskanäle, Vertriebsbezahlung, Vertriebsreichweite sowie Vertriebskosten

E-Commerce als Erfolgsfaktor im Sales

Begriffsklärung, Onlineportale, Einsatzmöglichkeiten, Techniken und Trends



Der zeitliche Lehrgangsablauf

Monat	Studienbrief (SB)	Webinar (WEB)	Präsenzphase (PP)
1	SB 1: Sales: Strategien und Grundlagen	WEB 1: Zeit- und Selbstmanagement	
2		WEB 2: Neue Wege der aktiven Kundenakquise WEB 3: Checklisten und Erfolgsfaktoren für Verkaufsgespräche	
3			PP 1: Das erfolgreiche Verkaufsgespräch – von der Begrüßung bis zur Verabschiedung (2 Tage)
4	SB 2: Angebots- und Vertragsgestaltung		
5		WEB 4: Inhalte von Veranstaltungsangeboten und Verträgen WEB 5: Angebotskalkulation in der Praxis	
6	SB 3: Aufgaben und Bedeutung des elektronischen Vertriebs	WEB 6: E-Commerce als Erfolgsfaktor im Sales	
Abschlussprüfung: Klausur			