



9 LEVELS
institute for value systems



**BERATUNGS- UND
TRAININGSANWENDUNG**

VERTRIEB/VERKAUF



WWW.9LEVELS.DE



SITUATION & BEDARF

Die Kundenansprüche wachsen zunehmend – sowohl im Business-to-Customer- als auch im Business-to-Business-Bereich sind die Erwartungen und die Wünsche der Kunden in den letzten Jahren deutlich angestiegen. Sie erwarten eine gezielte Bedarfsermittlung sowie maßgeschneiderte Lösungen.

Warum 9 Levels?

Mit 9 Levels gelingt es Ihnen, Ihre Klienten viel zielgerichteter erreichen und ansprechen zu können. Sie analysieren den Status quo ebenso wie deren Bedürfnisse und Anforderungen und erarbeiten auf dieser Grundlage Umdenkanstöße, Maßnahmen und aufeinander abgestimmte Entwicklungsschritte.

EINSATZBEREICHE

Messung von Wertesystemen in Vertriebsstrainings:

- Wie führt ein Verkäufer ein wertorientiertes Kundengespräch, von der Bedarfsanalyse über Beziehungsaufbau, Nutzenargumentation und Einwand-/Vorwandbehandlung bis hin zu Abschluss und Aftersales?
- Wertorientierte Preisverhandlungsgespräche: Wer braucht welche Argumente? Wer spricht auf welche Nutzenargumente an? Was ist für wen wichtig? Wer möchte wie angesprochen werden?
- Komplette wertorientierte Vertriebsprozesse: Welche Produktmerkmale, welche Verpackungseinheiten, welches Image usw. braucht das Produkt/die Dienstleistung Ihres Klienten, um von welchem Level akzeptiert zu werden?
- Stichwort „laute Marken“, „leise Marken“: Wer ist wofür empfänglich? – damit Ihr Klient sein Produktportfolio entsprechend aufstellen kann.

NUTZEN

Ihr Klient versteht den Kunden und sein Unternehmen sowie die Endverbraucher besser. Ihr Klient kann sich außerdem selbst besser einschätzen und erkennt, zu welchen Kunden er einen besseren Zugang findet und bei welchen er sich schwer tut und vor allem, warum das so ist. Ihr Klient erkennt, wo er leichter erfolgreich sein kann und in welchen Bereichen er sich gegebenenfalls umstellen muss, weil sich der Markt oder sein Kunde verändert haben.

ANWENDUNG

Jeder Teilnehmer bekommt, beispielsweise vor einem Vertriebstraining, einen Link zugeschickt und füllt den Fragebogen zum **Personal Value System** und/oder zum **Group Value System** aus. Auf der Grundlage der Auswertung (Report) analysieren Sie die Wertesysteme des Verkäufers und erarbeiten, welche Wertesysteme dessen Hauptansprechpartner/Hauptkunden haben. Daraufhin wird herausgearbeitet, wie man diese erfolgreich ansprechen und beraten kann.

TYPISCHE FRAGEN

- Welchen Herausforderungen muss sich mein Klient stellen/wie kann man ihn darin unterstützen, diese zu meistern?
- Welche Wertesysteme passen zu mir, bzw. wie trete ich klassischerweise auf?
- Was fällt mir leicht? Mit welchen Werten komme ich gut zurecht?
- Wie können wir unsere Prozesse im Vertrieb aufstellen, damit wir den Wünschen der Kunden auch entgegenkommen (Geschwindigkeit, Flexibilisierung, Individualisierung)?
- Wie müssen wir am Markt auftreten, um erfolgreich zu sein (Wertorientiertes Marketing)?

