

9 LEVELS⁹
institute for value systems



VERTRIEB/VERKAUF



WWW.9LEVELS.DE



SITUATION & BEDARF

Die Ansprüche der Kunden steigen zunehmend – das betrifft sowohl den Business-to-Customer- als auch den Business-to-Business-Bereich. 08-15-Verkaufsgespräche treffen ebenso wenig die Erwartungen der Kunden wie Standardlösungen oder emotionsloses Marketing. Doch welcher Typ Kunde springt auf welche Trigger an? Wie erkennt man, ob man überhaupt mit dem End- bzw. Unternehmerkunden zusammenkommt?

Warum 9 Levels?

Mit 9 Levels gelingt es, sich selbst als Verkäufer besser einzuschätzen. Das gibt zum einen Sicherheit und macht zum anderen offener dafür, den Kunden und sein Verhalten zu verstehen. Auf diese Weise lernen Sie, Ihre Kunden viel zielgerichteter zu erreichen und anzusprechen.

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 Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung, um von welchem Level akzeptiert zu werden?
- Stichwort „laute Marken“, „leise Marken“: Wer ist wofür empfänglich? – damit Sie Ihr Produktportfolio entsprechend aufstellen können.

NUTZEN

Ihre Verkäufer verstehen den Kunden und sein Unternehmen sowie die Endverbraucher besser. Ihre Verkäufer können sich außerdem selbst besser einschätzen und erkennen, zu welchen Kunden sie leicht einen Zugang finden und bei welchen sie sich schwertun und vor allem, warum das so ist. Sie erkennen, wo Ihr Vertriebsteam leichter erfolgreich sein kann und in welchen Bereichen Sie sich gegebenenfalls umstellen müssen, weil sich der Markt oder Ihr Kunde verändert haben.

ANWENDUNG

Ihre Verkäufer bekommen, beispielsweise vor einem Vertriebstraining, einen Link mit einem Code zum 9 Levels-Onlinefragebogen zugeschickt und füllen diesen zum **Personal Value System** und/oder zum **Group Value System** aus. Der Berater/Trainer/Coach bringt die Auswertung (den Report) zum Termin mit und bearbeitet diesen, um die Wertesysteme zu analysieren und auch um zu erarbeiten, welche Wertesysteme Ihre Hauptansprechpartner/Hauptkunden haben. Daraufhin arbeitet der Berater/Trainer/Coach gemeinsam mit Ihren Vertriebsmitarbeitern heraus, wie sie Ihre Kunden erfolgreich bedienen und erfolgreich ansprechen und beraten können.

TYPISCHE FRAGEN

- Welchen Herausforderungen stellen sich uns und wie können wir diese 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)?

