

Aktiver Vertrieb im Kundenmanagement

ZfU International Business School



27.03.2025 bis 28.03.2025 (Online-Durchführung)
24.06.2025 bis 25.06.2025 (Online-Durchführung)
25.09.2025 bis 26.09.2025 (Online-Durchführung)
09.12.2025 bis 10.12.2025 (Online-Durchführung)

Entdecken Sie im Seminar, wie Sie durch digitale Tools wie Customer-Relationship-Management-Systeme und durch moderne Vertriebsstrategien Ihre Kunden **optimal segmentieren und zielgerichtet ansprechen**. Mit Aktions-Forecast **maximieren Sie den Erfolg** Ihres Vertriebsmanagements bei der Stamm- und Neukundenbearbeitung. Lernen Sie, wie Sie soziale Medien in Ihre Akquise integrieren und mit einer klaren Mehrwertstrategie Ihre Wettbewerbsposition stärken.

Optimieren Sie Ihre Stammkundenentwicklung und die Neukundenakquisition nachhaltig durch die Mechanismen des aktiv-gesteuerten Vertriebs. **Steigern Sie Ihre Verkaufsleistung** durch eine innovative, digitale Ausrichtung und erleben Sie den Vertrieb auf einem neuen Level durch aktives Kundenmanagement.

CHF 1'500.00

[Mehr Informationen und Anmeldung](#)

Zusätzliche Infos zur Veranstaltung

Zertifikat/Bestätigung

Teilnahmebestätigung

Referenten



Peter von Quernheim

Veranstalter

[ZfU International Business School](#)

Telefon bei Fragen

044 586 86 37

Beschreibung

Themenschwerpunkte

1. Tag

Grundlagen

- Unterschied zwischen reaktivem und aktivem Vertrieb
- Zukunftsszenario gemeinsamer Werteketten vom Rohstoff bis zum Endkunden
- Kostenziele als Bremsfaktoren für Einkaufsentscheidungen

Kundensegmentierung

- Praktischer Aufbau eines Kundenbewertungssystems
- Segmentierung von Kunden in Aktionsgruppen mithilfe digitaler Checklisten
- Auswahl von Wachstumsstrategien für die einzelnen Kundengruppen
- Beispiel eines Kundenentwicklungsplans

Aktions-Forecast

- Aufbau eines Aktions-Forecasts für die aktive Stamm- und Neukundenbearbeitung
- Ableitung von Strategien für die Stammkundenbearbeitung
- Definition der Neukundenstrategie

Differenzierung in Markt und Wettbewerb

- Added value als Treiber innerhalb der Wertekette bzw. -systeme
- Mentale Bedeutung von Mehrwerten als Mindset für Kundenmanager
- Aufbau einer modernen Mehrwertmatrix (Struktur, Checklisten etc.)

2. Tag

Definition des Akquisitionskanals

- Leadanalyse aus CRM
- Kundengewinnung auf der Messe
- Einbindung sozialer Medien in die Akquisition und Stammkundenbearbeitung

- Einbindung sozialer Medien in die Akquisition und Stammkundenbearbeitung

Aufbau von Idealgesprächskonzepten

- Beispiel einer erfolgreichen Kaltakquisition
- Beispiel einer Terminakquisition zur Neukundengewinnung
- Beispiel eines Wachstums-Gesprächs Stammkunden

Phasen-Konzept der verkaufpsychologischen Gesprächsführung

- Choreografien für den Vertrauensaufbau
- Zielformulierungen als Steuerungsinstrument
- Aufbau von Fragekatalogen zur Bedarfsgenerierung

Durchsetzungstechniken

- MHZ-Modell als Vorbereitung für den Argumentationsaufbau
- Verbale Techniken zur Auflösung bekannter Widerstände
- Mentale Techniken zur Stärkung der Durchsetzungsfähigkeit

Nutzen

- Sie nutzen Customer-Relationship-Management-Systeme effektiver.
- Sie sprechen Ihre Kunden durch digitale Tools effizienter an.
- Sie optimieren Ihre Wachstumsstrategien durch Kundensegmentierung.
- Sie binden langfristig Kunden durch Mehrwertssysteme.
- Sie akquirieren Neukunden über moderne Kanäle.
- Sie verbessern Ihre Abschlussquote in der Neukundengewinnung und bei Bestandskunden.

Zielgruppe

- Fach- & Führungskräfte Vertrieb/Verkauf
- Mitarbeitende im Vertrieb/Verkauf
- Mitarbeitende im Kundenservice
- Einsteiger/-innen im Vertrieb/Verkauf

Arbeitsmethode

Praxisorientiertes Online-Seminar mit Workshop-Charakter und konkreten, sofort umsetzbaren Tipps. Informative Kurzvorträge, konkrete Fallbeispiele und -analysen sowie aktiver Erfahrungsaustausch.

Seminarzeiten

09:00 - 17:00 Uhr

Dieses Online-Seminar wird mit unserer Schwesterfirma, dem Forum für Führungskräfte aus Wiesbaden DE, durchgeführt.

Mehr Informationen und Anmeldung