

Added Value

Dr. Richard O. Zundritsch

Unternehmensberatung und Wirtschaftstraining

Praxisseminar – Telefonische Terminvereinbarung mit Zielkunden für Ihren Außendienst

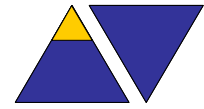
Wie spreche ich Neukunden telefonisch an? Vereinbarung von Firmenvorstellungsterminen	Trainingseinheiten	Preis pro Person in Euro
Teil 1: Theoretisches Wissen <u>Vormittags:</u> Sales Steps und organisatorisches Basiswissen Basiswissen Kommunikation Fragetechniken Aktives Zuhören Behandlung von Einwänden Wichtige Bestimmungen des Telekommunikationsgesetzes <u>Nachmittags:</u> Diskussion bisheriger Erfahrungen am Akquisitionstelefon (Umgang mit persönlichen Hemmschwellen, Tipps für eine „gesunde“ Einstellung zur Sache, Tipps zum Erarbeiten der nötigen Selbstdisziplin etc.)	6 Stunden	250,00
Teil 2: praktische Übung in Ihrem Betrieb Training/Coaching in der täglichen Praxis (Gesprächsinhalt / „geistiger Leitfaden“, Live-Telefonate von Trainerin und Mitarbeiter/in mit Zielkunden, Feedback/Herausfinden kritischer Punkte) Voraussetzung für die Praxisübung ist ein Gespräch mit Geschäfts-/Vertriebsleitung (genaue Abstimmung der Absichten, Festlegung der zu vermittelnden „Botschaft“)	4 Stunden (10-12 und 14-16 Uhr) 1 – 2 Stunden	300,00 50,--/Stunde

Veranstaltungsort Teil 1: 1190 Wien, Krottenbachstraße 126 / Top 9

Veranstaltungsort Teil 2: Arbeitsplatz der Teilnehmer/innen

Obige Preise verstehen sich exkl. 20 % Mehrwertsteuer.

Die Kosten für Schulungsunterlagen, Seminarraum und Pausengetränke sind inkludiert. Reisekosten für Fahrten zu Ihrem Unternehmen fallen in Wien nicht an. Reisekosten in andere Bundesländer werden von der Trainerin nach tatsächlichem Aufwand verrechnet. Eine telefonische Nachbetreuung der Teilnehmer/innen ist bis 2 Wochen nach Teil 2 des Seminars kostenlos (Erfahrungsaustausch, Fragen, Feinabstimmung im Bedarfsfall).



Added Value

Dr. Richard O. Zundritsch

Unternehmensberatung und Wirtschaftstraining

Auskünfte und Buchungen bei Frau Heidi Neuwirth, Tel. 0664 509 3435
h.neuwirth@wavenet.at

Termine für Teil 1:

Freitag, 29. Mai 2009
Freitag, 19. Juni 2009
Freitag, 18. September 2009
Freitag, 6. November 2009

Termine für Teil 2: werden in Abstimmung mit Ihrem Unternehmen individuell festgelegt

Veranstalter:

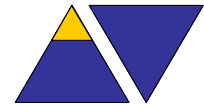
Added Value
Dr. Richard Zundritsch
Unternehmensberatung und Wirtschaftstraining
Krottenbachstraße 126/9
A-1190 Wien

Trainerin:

Heidi Neuwirth

Telefon: 0664 509 3435

E-Mail: h.neuwirth@wavenet.at



Added Value

Dr. Richard O. Zundritsch

Unternehmensberatung und Wirtschaftstraining

Trainerprofil – Heidi Neuwirth

Ausbildung

- Handelsakademie
- Zahlreiche betriebswirtschaftliche Seminare
- Fortbildung im Personal- und Ausbildungsbereich
- Sales Trainings, Marketing Seminare, Verhandlungstechnik

Berufliche Erfahrung

- 20 Jahre im internationalen Bankbereich (Kundenakquisition und –betreuung, Personal- und Ausbildungsverantwortung, Marketingagenden, Organisation)
- 2004-2006 KMU-Bereich in leitender Funktion (Marketing & Kommunikation, Kundenakquisition, Vertriebskontrolle und –unterstützung, Personal- und Ausbildungswesen, Beschwerdemanagement)
- ab 2006 selbständig im Bereich Sales Support & Office Management Services:
Die Schwerpunkte sind Telefonmarketing (B2B) und Cross Selling Aktivitäten bei bestehenden Kunden (derzeitiger Schwerpunkt ist der Aufbau des TeleSales-Bereiches in einem großen Unternehmen der Bürokommunikationsbranche); Mitarbeit bei namhaften Experten aus den Bereichen Vertrieb und Finanzwesen, Seminarorganisation, Tätigkeit als Trainerin

Trainingsspektrum

- Professionelle Kundenkommunikation (Terminvereinbarung, Telefonverkauf, Neukundenakquisition, Zufriedenheitsumfragen etc.) und Unterstützung bei der Auswahl geeigneter Mitarbeiter/innen.

Die Gewinnung von neuen Kunden aber auch die maximale Ausnutzung eines vorhandenen Kundenstockes ist für ein zukunftsorientiert agierendes Unternehmen (besonders im Bereich von klein- und mittelständischen Unternehmen) auf der Suche nach kostengünstigen Vertriebswegen von essenzieller Bedeutung. Der Erfolg in der Neukundenansprache hängt ebenso wie im Telefonverkauf zu mindestens 90% von der Art ab, in der man an die Zielperson herantritt. Entsprechend wichtig ist es, einen Zielkunden auf der Beziehungsebene ansprechen zu lernen, die klare „Botschaft“ des eigenen Unternehmens professionell zu vermitteln, den Mehrwert gegenüber anderen Marktteilnehmern präzise auf den Punkt zu bringen und damit Interesse für das eigene Produkt- und Dienstleistungsangebot zu wecken.

Motto

- Man muss tun, was man kann. Aber man muss auch können, was man tut.