

Nutzenargumentation im Buying Center

Seminarziel

Die Teilnehmer

- lernen die verschiedenen Personen eines Buying - Centers kennen und zu identifizieren
- erkennen den Einfluss der Nutzenargumentation auf das Bewusstsein des Preis- / Leistungsverhältnisses
- sprechen die verschiedenen Personen des Buying – Centers motivbezogen und nutzenorientiert an
- erkennen die Wichtigkeit des Zuhörens und Visualisierens
- lernen sich und ihr Unternehmen optimal zu präsentieren
- verbessern ihre Nutzendarstellung in der Präsentation
- verbessern ihre Schlagfertigkeit in der Verhandlung
- optimieren ihre Preisverhandlung

Inhalte

- Buying – Center Konzepte
- Identifikation der Personen eines Buying – Centers
- Verhandeln in der Gruppe
- Prozesse der Entscheidungsfindung
- Motiv- und nutzenbezogene Argumentation
- Promotoren- / Opponenten-Modell
- Schlagfertigkeitstraining
- Visualisieren, Zuhören



Methoden

- Lehrgespräch
- Gruppenarbeit
- Rollentraining
- Feedback-Runden

Organisation

- Zielgruppe
 - Vertriebsmitarbeiter
- Dauer
 - 2 Tage