

**Erfolgreich beraten und verkaufen
Nachhaltige Projektbegleitung
für Mitarbeiter eines Pharmaunternehmens**



erstellt durch
SCHMALEN-Kommunikation und Training
Dr.-Glock-Straße 24
D-97645 Ostheim vor der Rhön
e-mail: schmalen@schmalen-online.de
Telefon 09777-1610
Telefax 09777-2071

Bruno Schmalen

Erfolgreich beraten und verkaufen Vertriebsorientierte Projektbegleitung für Mitarbeiter eines Pharmaunternehmens

Nachhaltiges Trainingskonzept für Vertriebsmitarbeiter

1. Training

Hinein in den Vertrieb hochkomplexer Systemprodukte! – Aber wie erarbeite ich meine Chancen? Und wie nutze ich sie für meine eigene Vertriebsarbeit? Oft behindern Vorurteile („Warum soll ich die alte Frau noch in eine so weit entfernte Augenklinik schicken.“), hartnäckige Falschinformationen über den Therapieerfolg und emotionale Hemmnisse eine erfolgreiche Gesprächsführung.

Diese Vertriebsaufgabe setzt eine konzentrierte Analysearbeit voraus und die Fähigkeit, die Aufgaben und Erwartungen des Gesprächspartners gezielt in die Argumentation einzubeziehen. Es muss gelingen, sachliche und emotionale Bedenken des Arztes aufzufangen - gerade da, wo er "nur" der zuweisende Arzt ist.

Ziele

Die Teilnehmer trainieren die kommunikativen und strategischen Aufgaben der Gesprächssituation in der Arztpraxis. Sie verbessern ihre (Gesprächs-) Führungskompetenz und erarbeiten sich Strategien für Lösungsargumentationen in Bezug auf unmittelbaren und mittelbaren Kundennutzen. Sie lernen, bestehende Hemmnisse in Gesprächen mit zuweisenden Ärzten gezielt abzubauen.

Die Teilnehmer werden

- stärker im Gespräch mit dem Arzt
- überzeugender in der Argumentation beim Anbieten direkter und indirekter Leistungen
- sicherer bei Fragen, Erwartungen und Einwänden von Ärzten

Das Gesprächsziel: Den Arzt mit allen Befindlichkeiten abholen und zum gemeinsamen Erfolg führen

- Den Nutzen des Arztes finden und ansprechen
- Die richtigen Fragen stellen und aktiv zuhören
- Kritische Äußerungen aufgreifen und für die eigene Argumentationsstrategie nutzen

Auf den Punkt argumentieren - Die Stationen des Verkaufsgesprächs

- Verkauft wird nur da, wo der Kunde einen Bedarf hat: Bedarfsanalyse und Bedarfsweckung, wo der Arzt „nur“ zuweist
- Die Lösungskompetenz des Arztes steigern
- Ein Angebot formulieren: Das komplexe Systemprodukt und der Nutzen des Arztes



Zur Entscheidung kommen - Die konkreten Vereinbarungen des Verkaufsgesprächs

- Wer zahlt, muss Nutzen haben – wer über Kosten redet, muss Nutzen verschaffen
- Den Arzt auf das Preisgespräch mit dem Patienten vorbereiten
- Zum Commitment mit dem Arzt kommen
- Das Gespräch zu einem positiven Ergebnis führen

Das Training dauert zwei Tag mit maximal 10 Teilnehmern

An Rollen- und Planspielen werden einzelne und zusammenfassende Inhalte des professionellen Verkaufens intensiv geübt. Dabei spielen sowohl die kommunikativen wie auch die strategischen Aufgaben des Vertriebsmitarbeiters eine wichtige Rolle.

2. Trainingsauswertung

Am Ende des Trainings gibt der Teilnehmer ein Commitment ab, an einem einjährigen Nachhaltigkeitsprozess teilzunehmen. Dieser Nachhaltigkeitsprozess besteht aus:

- 1. Follow-Up (ca. 6 Wochen nach dem Training - eintägig)
- 2. Follow-Up (ca. 5 Monate nach dem Training - halbtägig)
- 3. Follow-Up (ca. 7 Monate nach dem Training - halbtägig)
- Abschlussveranstaltung (ca. 11 Monate nach dem Treffen - eintägig)
- Coaching durch den Trainer über Telefon und E-Mail bis zur Abschlussveranstaltung
- Erinnerungsbrief mit den persönlichen Lernerfahrungen und den persönlichen Zielvereinbarungen ca. 4 Wochen nach dem Training

Jeder Teilnehmer verpflichtet sich gemeinsam mit dem Trainer und in enger Absprache mit dem Salesmanager am Ende des Trainings zu einer Zielvereinbarung. Die Zielvereinbarung soll die Trainingserfahrungen reflektieren und zu einer bewusst gesteuerten Weiterentwicklung führen. Die Zielvereinbarung besteht aus zwei unterschiedlichen Zielen, die der Teilnehmer in der Zeit bis zum ersten Follow-Up erreichen möchte.

Die Ziele müssen erreichbar und evaluierbar sein. Sie werden schriftlich fixiert und dokumentiert.

Die Lernerfahrungen des Trainings und die Ziele schreiben die Teilnehmer auch in einem „Brief an mich selbst“, den der Trainer mitnimmt und später zustellt.

3. Erinnerungsbrief

Die Teilnehmer erhalten vom Trainer einen Erinnerungsbrief, der die wichtigen Erfahrungen des Trainings zusammenfasst, und die persönlichen Lernerfahrungen und Ziele des Teilnehmers enthält.



4. **Erster Follow-Up**

Gemeinsam und unter Anleitung des Trainers und in enger Absprache mit dem Salesmanager reflektieren die Teilnehmer die Beratungs- und Vertriebs Erfahrungen nach dem ersten Teil des Trainings.

Durch Übungen bearbeiten Sie kritische Aspekte ihrer gegenwärtigen Kundenarbeit. Der Follow-Up wird ansetzen bei der Fragestellung: Was müssen wir tun, um künftig noch erfolgreicher und noch kundenorientierter unsere Vertriebsaufgaben wahrzunehmen? Dabei gibt es um fünf Reflexionsfelder:

- Die neue Sensibilität für die Situation des Arztes
- Die Erwartungen des Arztes und das Entscheidungsumfeld
- Die Individualität des Arztes und ihr Einfluss auf unsere Strategie
- Strategie im Kontext von Kosten und Nutzen
- Beziehungen aufbauen und steuern - sich mit dem Arzt vernetzen

Im Follow-Up findet eine Evaluation der persönlichen Ziele jedes Teilnehmers statt.

Für jedes Ziel, das der Teilnehmer definitiv erreicht hat, erhält er einen Punkt. Über die Zielerreichung entscheidet der Trainer. Er dokumentiert seine Entscheidungen für den Auftraggeber. Dieser kann bei Entscheidungen des Trainers ein Veto einlegen.

Für eine besondere Qualität seiner Arbeit kann der Teilnehmer einen zusätzlichen Bonuspunkt erhalten. Die Punktwertung fließt in eine Score-Card ein, die am Ende des Prozesses über Zertifikat und ein Sonder-Incentive entscheidet.

Im Follow-Up entscheidet der Teilnehmer gemeinsam mit dem Trainer über zwei weitere unterschiedliche Ziele, die er bis zum nächsten Follow-Up erreichen möchte. Sie werden schriftlich fixiert und dokumentiert.

Dieser erste Follow-Up dauert einen Tag.

5. **Zweiter Follow-Up**

Follow-Up's können im Rahmen eines verlängerten Vertriebsmeetings stattfinden. Ziele und Inhalt sind analog zum ersten Follow-Up.

6. **Dritter Follow-Up**

Ziele und Inhalt sind analog zum zweiten Follow-Up.



7. Abschlussveranstaltung

In dieser Veranstaltung wird der gesamte Prozess der vertrieblichen Weiterentwicklung vom ersten Training über die verschiedenen Ziele und Follow-Up's bis hier reflektiert. Dabei fließt auch die Qualität der Zielerreichungen in die Reflexion ein.

Die weiteren Inhalte des Treffens sind analog zum ersten Follow-Up.

Es findet eine Auswertung auch der persönlichen Score-Card statt.

Teilnehmer, die über die vier Treffen der Gruppe insgesamt **6 - 8 Punkte** erhalten haben, bekommen ein Teilnahmezertifikat.

Teilnehmer, die insgesamt **8 Punkte** haben, erhalten Sonder-Incentive.



Flug Flight	nach to	über via	planmäßig scheduled	verzög. estimated	Gate	Check-In
LH 336Z	Ankara		19:25		H27	Lufthansa
LH 4186	Lyon				661	Lufthansa
SCHMALEN Kommunikation und Training Bruno Schmalen						
LH 06Z	Hamburg		19:40		610	Lufthansa
LH 23Z	Berlin/Tegel		19:40		626	Lufthansa
LH 126Z	Köln/Bonn		19:40		619	Lufthansa