

# Huthwaite SPIN<sup>®</sup> Selling

## Ziele

Nach dem Training hat jeder Teilnehmer:

- die Stärken und Schwächen seines aktuellen Verkaufs-Stils analysiert und hinterfragt
- die Fähigkeit, psychologische Hintergründe von Kundenbedarf zu beschreiben
- ausführliches Wissen über die Schlüsselverhaltensweisen oder Skills, die erfolgreiche Verkäufer in der Interaktion mit ihren Kunden einsetzen
- eine Palette an Verhaltensweisen für die Planung und Durchführung von erfolgreichen Verkaufs-Kontakten
- erste Erfahrungen gemacht, wie man Kundenbedarf so entwickelt, dass die Wahrscheinlichkeit von Einwänden erheblich reduziert wird
- eine Strategie, mit schwierigen Kunden umzugehen, die Einwände erheben oder kaum, bzw. überhaupt nicht reagieren (den sogenannten "Low Reactors")
- einen objektiven Eindruck seiner eigenen Performance im Vergleich zum Skill-Modell und einen durchdachten Aktionsplan für die Umsetzung der Weiterentwicklungsschritte nach dem Training

## Zielgruppe

Jeder Mitarbeiter der in den Vertrieb von Produkten oder Dienstleistungen involviert ist, die der Käufer als höherwertig, komplex und wichtig in der Entscheidung ansieht. Neben der offensichtlichen Zielgruppe der Vertriebsbeauftragten und Sales Manager, bietet dieses Training einen besonderen Nutzen auch für Ingenieure, technische Spezialisten oder vertriebsunterstützende Mitarbeiter – also für jeden Mitarbeiter, der in den Vertriebsprozess involviert ist oder im Kundenkontakt auf potenzielle Verkaufschancen stoßen könnte.

## Programm/Inhalt

- Basis-Prinzipien der Verhaltensanalyse – und wie sie in der Forschung und im Aufbau von Skills eingesetzt werden.
- Den eigenen Verkaufsstil begreifen – sind Sie ein "Anschieber" oder ein "Zieher".
- Die Psychologie des Kundenbedarfs – angedeuteter und ausdrücklicher Bedarf – was besagt er über die Verfassung des Kunden – welcher Bedarf führt zielsicher zum Verkaufserfolg.
- Gesprächseröffnung – vermeiden des "Giesskannen-Effektes" - die Erlaubnis Fragen zu stellen.
- Das SPIN<sup>®</sup> Modell zum Ausbau von Bedarf:
  - Situationsfragen
  - Problemfragen
  - Implikationsfragen
  - Nützlichkeitsfragen
- Demonstrieren Sie Ihre Fertigkeiten – die wahre Definition eines Nutzen – die Gefahr von Merkmalen und Vorteilen.
- Einwände – der Mythos wird gesprengt; Sie sind kein Signal für Interesse oder Chancen – wie vermeidet man sie – wie geht man mit ihnen um.
- Low Reactors – wie erkennt man sie – warum sind sie gefährlich – wie geht man mit ihnen um.
- Abschluss – warum zu frühe und häufige Abschlussversuche gefährlich ist – der eine, einfache Weg um Zustimmung zu erhalten...

## **Trainingsdesign und Methodik**

Das Ziel dieses Trainings ist es Skills zu vermitteln, die die Verhaltensweisen der Teilnehmer so verändern, dass sie effektiver agieren können. Das Trainings-Design basiert daher auf dem Prinzip von Lernen ist Tun.

Das Skill-Modell wird in kleinen Einheiten vorgestellt, mit Rollenspiel Praxis-Übungen in jeder Phase. Dabei werden die Teilnehmer nicht gezwungen vor der gesamten Gruppe zu agieren. Die Rollenspiele werden paarweise durchgeführt und aufgezeichnet. Die Teilnehmer werden außerdem in die Grundkenntnisse der SPIN® Verhaltensanalyse eingewiesen, so dass sie mit Hilfe des Trainers in der Lage sind die eigenen Rollenspiele zu analysieren und einander objektives Feedback zu aktuellen Performance im Vergleich zum Erfolgsmodell zu geben.

Dieser sich wiederholende Kreislauf aus Input-Praxis-Feedback hilft den Teilnehmern ihre Verhaltensweise Stück für Stück an das Erfolgsmodell anzugleichen und bietet gleichzeitig die entsprechenden Tools für den Transfer in die Praxis nach dem Training.

## **Unterlagen**

Es gibt ausführliche Übungen und Beispiele von Verkaufsgesprächen um das Verständnis der Skill-Modelle zu vertiefen. Sowie einen Ordner mit ansprechenden Referenz-Unterlagen die jeweils detaillierte Erklärungen der Konzepte anbieten.

Die Rollenspiel-Szenarien können auf Ihr Unternehmen individualisiert werden, damit realistische und typische Kundenkontakte von den Teilnehmern simuliert werden.

## **Dauer**

In der Regel vier Tage – was aber je nach individueller Kundenanforderung variieren kann.

## **Trainer und Gruppengröße**

Das SPIN® Programm wird von einem Senior Huthwaite Consultant, möglichst mit Erfahrungen in der Kunden-Branche, durchgeführt. Um sicher zu stellen, dass jeder Teilnehmer ausreichende Aufmerksamkeit und Feed-back erhält, begrenzen wir die Teilnehmerzahl auf zwölf.