

Die neue Rolle des Innendienstes

2-tägiges Seminar

Vom passiven Innendienst zum aktiven Dienstleister

Um was es geht

Mit einem schlagkräftigen Innendienst steigern Sie Ihre Erträge: Immer mehr Unternehmen entdecken den Innendienst als unausgeschöpfte Leistungsreserve. Ein starker Innendienst, auf den sich die Verkäufer hundertprozentig verlassen können, ist entscheidender Faktor für den unternehmerischen Erfolg. Nutzen auch Sie die Möglichkeiten.

Vom Abwickler zum proaktiven Partner: Die einstige Auftragsabwicklungs-Abteilung entwickelt sich zur aktiven Service- und Verkaufszentrale, die initiativ Kunden betreut und Neukundenakquisitionen für den Außendienst vorbereitet. Werden Sie mit Ihrem Team auch zum proaktiven Partner.

Schaffen Sie die Voraussetzungen für eine kundenfokussierte Organisationsstruktur: Sie haben die Chance, den gesamten Innendienst zu einer schlagkräftigen Innendienstorganisation auszubauen, deren Leistung transparent und messbar ist.

Etablieren Sie dienstleistungsorientierte und verkaufsaktive Prozesse: Werden Sie von einem administrativen zu einem operativen und verkaufsaktiven Innendienst. Erhalten Sie noch mehr Transparenz über die Aufgabenfelder von Innen- und Außendienst.

Lernen Sie, wie man den Innendienst aktiviert: In diesem Seminar werden innovative Lösungsansätze zu allen Facetten des modernen Innendienstmanagements aufgezeigt!

Zielgruppen

Das Seminar richtet sich an Vertriebs- und Innendienstleiter, Verkaufsführungskräfte im Innendienst, Vertriebsführungskräfte mit Innendienstverantwortung sowie an Nachwuchsführungskräfte aus den Bereichen Vertrieb und Vertriebsunterstützung, die durch die gezielte Strukturierung des Innendienstes mehr Umsatz machen wollen. Aufgrund der strategischen Ausrichtung des Seminars ist das Seminar auch für Mitglieder der Geschäftsleitung geeignet.

Die neue Rolle des Innendienstes: Vom passiven Innendienst zum aktiven Dienstleister (2 Tage)

Hier lernen Sie

- Neue Innendienstaufgaben im Wertschöpfungsprozess
- Optimierung der Abstimmungsprozesse zwischen Innen- und Außendienst
- Einsatz von Reporting- und Controllingtools
- Personalplanung und -steuerung im Innendienst
- Festlegen von qualitätsorientierten Zielvereinbarungen
- Umsatzsteigerung durch den vertriebsaktiven Innendienst
- Umsatzsteigerung durch die verkaufsaktive Verwendung ankommender Telefonate
- Nutzung von Cross-/Up-Selling am Telefon und per Mailing
- Neuausrichtung eines typischen Innendienstes
- Erstellung eines schlagkräftigen Organigramms für den Innendienst
- Optimierung der Abstimmungsprozesse zwischen Innen- und Außendienst
- Einsatz von CRM-Tools und die Auswirkung auf den Innendienst
- Einsatz von Reporting- und Controllingtools
- Personalplanung und -steuerung im Innendienst
- Die neue Rolle als Führungskraft
- Verhaltensänderung bei Innendienst-Mitarbeitern erreichen

Inhalt

Herausforderung an den neuen Innendienst: Der klassische Innendienst und seine Aufgaben

Die neuen Rollen des Innendienstes

- Ermittlung ungenutzter Verkaufspotentiale
- Ermittlung von Optimierungsansätzen

Die Organisation des neuen Innendienstes

- Definition der Aufgaben des Innendienstes
- Erweiterung des Aufgabenspektrums
- Implementierung des Dienstleistungsgedankens
- Zusammenarbeit mit dem Vertrieb und anderen Abteilungen
- Erstellung eines schlagkräftigen Organigramms für den Innendienst

Arbeitsplatzbeschreibungen für den Innendienst

- Klassische und moderne Arbeitsplatzbeschreibungen
- Hol- und Bringschuldanalysen
- Informationstransfer-Analyse

Die neue Rolle des Innendienstes: Vom passiven Innendienst zum aktiven Dienstleister (2 Tage)

... Inhalt

Neue Formen der Verkaufsorganisation: Neupositionierung von Innen- & Außendienst

- Integrierte Vertriebskonzepte und neue Aufgaben
- Innendienst-Mitarbeiter und Neukundengewinnung
- Bestandskundenbetreuung
- Klassische Probleme im Spannungsfeld zwischen Innen- und Außendienst
- Ein Modell zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit zwischen Innen- und Außendienst

Kooperation zwischen Innen- und Außendienst

- Aufgabenverteilung zwischen Innen- und Außendienst
- Optimierung der Abstimmungsprozesse zwischen Innen- und Außendienst
- Teambildung zwischen Innen- und Außendienst
- Einsatz von CRM-Tools und die Auswirkung auf den Innendienst
- Teamleitung - Wer hat den Hut auf?

Ziele der neuen Rolle des Innendienstes

- Umsatzsteigerung durch die verkaufssaktive Nutzung ankommender Telefonate
- Nutzung von Cross-/Up-Selling am Telefon und per Mailing
- Abbau von administrativen Tätigkeiten durch Automatisierung und Standardisierung

Der Innendienst als Marketingbasis

Innendienst und Web 2.0

Die Führung von Mitarbeitern im Innendienst

- Die neue Rolle als Führungskraft
- Welche Mitarbeiter braucht der neue, vertriebsaktive Innendienst?
- Welche kommunikativen Fähigkeiten sind erforderlich?
- Wie können wir eine Verhaltensänderung bei unseren Innendienst-Mitarbeitern erreichen?
- Setzen Sie auf Motivation oder Demotivation der Mitarbeiter?

Führungsaufgaben der Innendienst-Leitung

- Persönlichkeitsbildende Massnahmen
- Gute Innendienst-Mitarbeiter und wie man sie erkennt
- Setzen der richtigen Ziele
- Verbesserung der Ablauforganisation und was die Innendienstleitung dafür tun kann

Die neue Rolle des Innendienstes: Vom passiven Innendienst zum aktiven Dienstleister (2 Tage)

... Inhalt

Werkzeuge zur Unterstützung der neuen Rolle des Innendienstes

- Struktur der aktiven Verkaufskompetenz
- Welches Werkzeug wird wann im Verkaufsprozess eingesetzt?
- Wie bereiten wir den Innendienst vor?
- Wann kommt es im Kundenbetreuungsgespräch zu Verkaufsanbahnungen und wie kann man diese aktive erzeugen?

Sofort-Maßnahmen für den Erfolg

- Wer muss was bis wann tun?
- Wie sieht das was konkret aus?
- Welche Unterstützung ist erforderlich und wo bekommt man sie her?

Steuerung des neuen Innendienstes

- Einsatz von Reporting- und Controllingtools
- Definition der Geschäftsprozesse
- Erfassung der Prozesskosten
- Personalplanung und -steuerung im Innendienst
- Definition von Kennzahlen (KPI – Key Performance Indikatoren) zur Innendienststeuerung
- Die richtigen Zahlen für die richtigen Menschen zur richtigen Zeit
- Motivierende Möglichkeiten der Innendienst-Entlohnung

Planung der Ablauforganisation

- Kapazitätsplanung der Innendienstmitarbeiter
- Steuerung von Cross-Selling und Up-Selling
- Aktive Planung und Steuerung von Personalressourcen
- Vom Forecast zur Personaleinsatzplanung
- Flexible Arbeitszeiten und optimale Auslastungssteuerung

Workshop: Die Zukunft Ihres Innendienstes

- Zukünftige Aufgaben des Innendienstes
- Welche Hilfsmittel unterstützen dabei
- Wie kann der Innendienst aktiv verkaufen

Die neue Rolle des Innendienstes: Vom passiven Innendienst zum aktiven Dienstleister (2 Tage)

Methoden

Sie erhalten sofort umsetzbares Praxiswissen für den aktiven Innendienst. Anhand zahlreicher Übungen und Praxisbeispiele trainieren Sie, wie Sie Ihren Innendienst aktivieren können. In einem Workshop lernen Sie zudem an eigenen Beispielen wie die Umsetzung in Ihrem Unternehmen gehen kann.

Teilnahmebescheinigung

Zum Abschluss der Veranstaltung erhalten Sie eine qualifizierte Teilnahmebescheinigung der HCH mit detaillierter Auflistung der vermittelten Seminarinhalte.

Buchung und Buchungsnummer 2013-04-19-01

Für dieses Seminar können Sie sich direkt anmelden oder es als Inhouse Training buchen.

Einzelanmeldung (Direktanmeldung)

Sie können sich formlos per Fax, Telefon oder eMail unter Nennung Ihres Namens, Adresse und Telefonnummer bei uns mit der oben genannten Buchungsnummer unverbindlich anmelden. Sie erhalten umgehend eine Bestätigung Ihrer unverbindlichen Buchung sowie alternative Termin- und Ortsvorschläge für die Veranstaltung. Erst nachdem Sie sich für einen der alternativen Termine bzw. Orte entschieden haben wird aus Ihrer unverbindlichen eine verbindlichen Buchung. Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken und der Dokumentation € 1.395,00. Sollten Sie nicht alleine, sondern mit mehreren Personen an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir ab dem zweiten Teilnehmer 10% Preisnachlass auf die Gesamtsumme. Bis zu vier Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Bei Absagen bis zwei Wochen vor Seminarbeginn ist die halbe Seminargebühr fällig. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Inhouse Training

Bei der Buchung als Inhouse Training berechnen wir für das zweitägige Seminar € 4.400,00. Hinzu kommen Reisekosten und Auslagen nach tatsächlichem Aufwand, alternativ pauschalisiert. Fahrtkosten mit dem PKW verrechnen wir mit € 0,55 pro gefahrenem km. Die Organisation von Übernachtung und Seminarraum obliegt dem Kunden, ebenso die Stellung der für das Seminar notwendigen Seminartechnik, wie z.B. Flip-Chart, Metaplanwand und Karten, TV, Beamer, Telefonanlage, Videokamera etc. Gerne sind wir bei der Organisation und Vorbereitung behilflich. Die Vervielfältigung der Seminarunterlagen liegt beim Kunden, soweit nichts anderes vereinbart. Gerne übernehmen wir diese Aufgabe auf Selbstkostenbasis, alternativ pauschalisiert. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Heckl Consulting Hamburg

Werderstrasse 58
20149 Hamburg / Harvestehude
Telefon +49 40 4104643
Fax +49 40 448597
info@heckl-consulting.de
www.heckl-consulting.de