

zum Seminar **Kurs-Nr. H 09/50218/01**

Besser Verhandeln und Verkaufen durch die „Brille“ des Einkäufers

19. und 20. Januar 2009

Fax VDI: (07 11) 1 31 63 60

Herr/Frau/Titel _____

Vorname _____

Name _____

Firma _____

Bereich/Abt. Teilnehmer _____

Ansprechpartner _____

Straße _____

PLZ Ort _____

Telefon _____

Telefax _____

VDI-Mitgliedsnummer _____

Bitte Hotelliste zusenden

Teilnahmegebühr € 895,00

VDI-Mitglieder € 875,00

Informationen über Seminare im INTERNET:
<http://www.vdi.de/wiv>

Anmeldung:

VDI-Haus Stuttgart GmbH
Hamletstraße 11, 70563 Stuttgart, Tel. (0711) 1 31 63-11
Fax (0711) 1 31 63 60, E-Mail: wieland@vdi-stuttgart.de

Anmeldung schriftlich, auch per Fax oder E-Mail.
Für jeden Teilnehmer bitte eine extra Anmeldung!

Die Anmeldung wird innerhalb von fünf Werktagen per Fax oder mit Postdienst von uns bestätigt. Auf Wunsch erhalten Sie ein Hotelverzeichnis.

Teilnahmegebühr	€ 895,00
VDI-Mitglieder	€ 875,00

Mehr zu wissen wird preiswerter ...

... und „Mehrbucher“ schonen das Budget. Statt „Einzelkämpfer“ sollte Ihr Unternehmen „Teamlösungen“ fördern. In diesem Sinne bieten wir ab der zweiten Buchung zu diesem Seminar **Sonderkonditionen**. Gern sprechen wir mit Ihnen darüber. Setzen Sie sich bitte mit Herrn Ros in Verbindung, er wird Ihnen ein attraktives Angebot machen.
☎ (0711) 13163 - 14 ✉ ros@vdi-stuttgart.de

In der Teilnahmegebühr sind die Seminarunterlagen, Mittagsimbiss und Pausengetränke enthalten.

Rechnung:

Die Teilnahmegebühr wird mit dem Erhalt der Rechnung fällig. Die Rechnung, Seminarprospekt und Anfahrtsskizze werden acht bis zehn Werktage vor dem Seminarbeginn zugesandt. Die Veranstaltungen unterliegen nicht der Mehrwertsteuer (Umsatzsteuer).

Rücknahme der Anmeldung:

Bei Rücknahme der Anmeldung innerhalb von 10 Werktagen vor Seminarbeginn oder bei Nichtteilnahme wird die volle Teilnahmegebühr erhoben. Bei Rücknahme der Anmeldung davor wird eine Bearbeitungsgebühr von € 50,- berechnet.

Muss eine Veranstaltung aus unvorhersehbaren Gründen, auch kurzfristig, abgesagt werden, erfolgt eine sofortige Benachrichtigung. In diesem Fall besteht unsererseits nur die Verpflichtung, die bereits gezahlte Teilnahmegebühr zurück zu erstatten.

Hotels in der Umgebung des VDI-Hauses

Bitte fordern Sie eine Liste nahegelegener Hotels an.
(Fax 0711/1 31 63 - 60 oder per E-Mail: wieland@vdi-stuttgart.de)

Das VDI-Haus ist von der S-Bahn, Haltestelle ÖSTERFELD (Ausgang Brandenkopfweg/VDI-Haus) in 5 Minuten zu Fuß zu erreichen.

Seminare im INTERNET
www.vdi-fortbildung.de

Interessant für
o Vertriebsingenieure im
Innen- und Außendienst
o Verkaufsberater
o Projektmanager

Seminar

Besser Verhandeln und Verkaufen durch die „Brille“ des Einkäufers

Einkäufer-Strategien und -Taktiken – kennen und nutzen

- Preisakzeptanz beim Einkauf schaffen
- Die Beweggründe der Einkäufer verstehen – unsere Verhandlungsstrategie darauf abstimmen
- Einkäufer-„Angriffe“ abwehren mit Insider-Wissen
- „Preis-Drücker“ erkennen und aussichtsreich kontern

VDI Verein Deutscher Ingenieure
Fortbildungszentrum Stuttgart

19. und 20. Januar 2009

Beginn: 9.00 Uhr

Thema

- Ort:** VDI-Haus Stuttgart, Hamletstr. 11,
Stuttgart (Vaihingen)
- Termin:** 19.–20. Januar 2009, 9.00–17.00 Uhr
- Referent:** Harald R. Klein, Peter Schreiber & Partner,
Ilsfeld-Auenstein

Zum Thema

Einkäufer machen ihren Job, so wie es auch von Vertriebsmitarbeitern erwartet wird. Sie sind keine „Gegner“ oder gar „Feinde“ – obwohl beide Seiten dies oft so empfinden. Ziele, Vorgaben und Rahmenbedingungen bestimmen die Arbeit im Einkauf wie im Verkauf. Einkäufer und Verkäufer haben zum Teil **gegensätzliche Interessen**. Gegensätzlich sind meist die Preisvorstellungen, gemeinsam ist beiden das Interesse an einem guten Produkt und einer guten Leistung.

Es kommt in einem **Verkaufsprozess** darauf an, die **gemeinsamen Schnittstellen** zu erweitern und dem Preis den richtigen Stellenwert zuzuweisen. Allen Beteiligten sollte von Anfang an klar sein: letztendlich haben beide längerfristig nur Erfolg, wenn es zu einem **WIN-WIN-Ergebnis** kommt.

Vor allem dafür benötigt man Verhandlungsgeschick und gute Kenntnisse in der Sache. Und bei letzterem hat der Verkäufer die Chance, durch eine fundierte **Nutzen-Argumentation** den Einkäufer zu unterstützen. Denn auch er braucht für seine Entscheidungen Argumente, denn auch er hat Vorgesetzte und muss sich den Fragen eines Einkaufs-Controllers stellen.

Dieses **Seminar vermittelt** den Vertriebsmitarbeitern im Innen- und Außendienst Informationen über die Rahmenbedingungen und die Arbeitsweise des modernen Einkaufs. Sie erhalten damit das Handwerkszeug, um mit den immer versierter und „druckvoller“ argumentierenden **Einkäufern auf „Augenhöhe“** mithalten zu können.

Ihr Nutzen

Sie erfahren

- wie Einkäufer denken, fühlen, handeln (müssen)
- die „Do's and Don'ts“ im Umgang mit Einkäufern
- Taktiken und Tools der Einkäufer

Teilnehmerkreis

Key-Account-Manager, Vertriebsmitarbeiter im Innen- und Außendienst

Programm

Referent aus der Praxis

Herr Klein ist Berater, Trainer und Coach. Seit über 20 Jahren ist Vertrieb und Verkauf seine Domäne. Nach einer technischen Ausbildung und betriebswirtschaftlichem Studium der Absatzwirtschaft war er bei einem internationalen Großunternehmen verantwortlich für den Vertrieb technischer Investitionsgüter und komplexer Dienstleistungen. Seine Erfahrungen hat Herr Klein als Vertriebsmann und Vertriebsleiter gesammelt.

Seminar-Programm

1. Seminartag, 19. Januar 2009 – Beginn 9.00 Uhr

Neue Trends im modernen Einkauf

- Sitzen Einkäufer wirklich immer am längeren Hebel?
- Welches sind die Kernthemen moderner Einkaufsorganisationen heute?
- Zwischen Tradition und Moderne – die Entwicklungs-Stufen im Einkauf

Der „Einkäufer-5-Kampf“ und unsere Rolle dabei

- Welche Leit-Motive bewegen Einkäufer?
- Den Einkäufer kennen und verstehen (oder „Hintergründe einer Hassliebe“)
- 5 Aufgaben und Ziele von Profi-Einkäufern
- Was bedeutet das für die Gesprächsführung des Vertriebs?

12.30 Uhr Mittagspause

Neun goldene Regeln für die Zusammenarbeit mit Einkäufern

- Wann ist der richtige Zeitpunkt für den Einkäufer-Kontakt?
- Welches sind die tatsächlichen Ziele des Einkaufs?
 - „Zahlen-Daten-Fakten“ oder „emotionaler Hintergrund“?
 - „Geld“ oder „Leistung“?
 - „Preis“ oder „Prozess-Optimierung“?
 - „Konditionen“ oder „Technik“?
- Wie beeinflusst das den Verkaufsprozess?

17.00 Uhr Ende des 1. Seminartages

Programm

2. Seminartag, 20. Januar 2009 – Beginn 9.00 Uhr

Blick hinter die Kulissen der „Einkaufs-Bühne“

- Was bestimmt vorrangig die Beschaffungsstrategie des Einkäufers?
- Erwartungshaltung an die Lieferanten der Zukunft
- Wen bindet der Einkäufer in seinen Einkaufsprozess mit ein?

Einkäufer-Motive – es gibt mehr als nur den Preis

- Woran werden Einkäufer gemessen?
- Der Preis – das einzige Auswahlkriterium?
- Auf welche Kennzahlen und Daten stützt der Einkauf seine Entscheidungen?
- Einkäufer-Deutsch / Deutsch-Einkäufer
 - „Sie sind 30% teurer?“ – was heißt das wirklich?

„Preis-Drücker“-Techniken und unser Konter

- Drohung mit Entzug des Auftrages oder mit der Konkurrenz
- Verunsicherung des Verkäufers
- Übertriebene Zukunftschancen
- Die Verantwortung abschieben
- Der Verkäufer als „Angeklagter“
- Die „Kündigung“ der Geschäftsbeziehung

12.30 Uhr Mittagspause

Do's und Don'ts in der Zusammenarbeit mit Einkäufern

- Die „Kardinalfehler“ von Verkäufern aus der Sicht des Einkäufers
- Was genau erwarten Einkäufer von Verkäufern?
- Spielregel geben und nehmen
- Mit dem Techniker-Freund zum Einkäufer?

17.00 Uhr Ende des Seminars

- Änderungen am Inhalt und Ablauf des Seminars bleiben vorbehalten –