



Sehr geehrte Leser,

KeyLargos folgt der Anfrage von Kunden nach regelmäßigen Information zu vertrieblichen Themen. Zusammen mit Kunden haben wir den Namen 300 gewählt, da er für kurze und knackige Informationsvermittlung steht. Mehr als 5 Minuten (300 Sekunden) sollten Sie sich nicht mit Newslettern beschäftigen. Es ist geplant, den Newsletter im Abstand von 6-8 Wochen erscheinen zu lassen. Sie finden in jedem Newsletter eine bunte Mischung von Artikeln rund um den Vertrieb und zur Führung. Dies reicht von neuen Erkenntnissen zum besseren Verkaufen, über Onlinetestverfahren, Studien, Seminar- und Buchvorstellungen bis hin zur Steigerung Ihres Wirkungsvermögens durch geschäftsrelevante Knigge-Themen.

Wählen Sie die für Sie relevanten Themen aus und freuen Sie sich auf spannende 300 Sekunden rund um den Vertrieb. Ein Feedback zum Newsletter würde uns sehr freuen. Viel Spaß beim Lesen.

Herzliche Grüße
Ihr Andreas Mühlberger
(Inhaber KeyLargos)

Inhalt

1. Warum Sie diesen Newsletter erhalten?
2. Neue Studie: Erfolgsfaktoren im B2B-Selling - Was Kunden von Ihren Anbietern erwarten.
3. Online-Test zur Überprüfung des Vertriebsprozesses bis 30.07. kostenfrei verfügbar.
4. Gut zu wissen! Knigge gezielt einsetzen, um das Wirkungsvermögen vor dem Kunden zu steigern.
5. Ergebnisse der Umfrage auf www.keylargos.de.
6. Seminarvorstellung: Nutzen - Der Schlüssel im Vertrieb. Rational und emotional sicher verkaufen.
7. Buchempfehlung "DNA digital - Wenn Anzugträger auf Kapuzenpullis treffen".
8. Innovationspreis für den Mittelstand. KeyLargos ist bei den ersten 20 dabei.



1. Warum Sie diesen Newsletter erhalten?

Wir haben die Empfängerliste sorgfältig zusammengestellt und Sie aufgenommen, da Sie mit KeyLargos bzw. einem unserer Berater in persönlichem Kontakt stehen oder sich im Internet für den Newsletterempfang eingetragen haben.

Sie sind mit Ihrer E-Mail-Adresse in unserem Verteiler registriert. Bitte unterstützen Sie unsere Bemühungen zur spamfreien Kommunikation. Wenn Sie sich noch nicht im Internet angemeldet haben, dann bitten wir Sie, sich offiziell für diesen Newsletter anzumelden. Ein Klick auf den in der Kopfzeile vorhandenen "Anmelde-Button" genügt. Sie können sich natürlich genauso leicht aus der Empfängerliste austragen. Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.



2. Neue Studie: Erfolgsfaktoren im B2B-Selling - Was Kunden von Ihren Anbietern erwarten.

Was ist das Geheimnis hinter erfolgreichen Vertriebsorganisationen? Wie kann gerade in schwierigen Zeiten die Verkaufsleistung gesteigert werden? Welche pragmatischen aber wirkungsvollen Hebel für Erfolg gibt es? Antworten darauf und in der Krise wirkungsvolle Stellhebel für den Verkaufserfolg werden in der B2B-Studie aufgedeckt und sind im Harvard Business Manager veröffentlicht worden.

Die Studie wurde von der Infoteam AG, einem Partnerunternehmen von KeyLargos, zusammen mit dem FAZ-Institut durchgeführt. Wenn Sie die Studie kostenfrei erhalten wollen, dann nehmen Sie bitte an der im nächsten Artikel beschriebene Onlinebewertung der aktuellen Vorgehensweisen in Ihrem Vertrieb teil.



3. Online-Test zur Überprüfung des Vertriebsprozesses bis 30.07. kostenfrei verfügbar.

Der Online-Test identifiziert die Verkaufsbremsen an der Schnittstelle Lieferant-Kunde. Interessierte Unternehmer und Vertriebsverantwortliche können bis zum 30.07. kostenfrei am Status-Check der KeyLargos Unternehmensberatung teilnehmen. Der Ergebnisbericht zeigt mittleren und großen Unternehmen eine Übersicht über die Stellhebel im Verkaufsprozess auf, um Umsatzpotenziale besser zu realisieren.

Teilnehmer erhalten ein Gutachten, das in einer klaren Übersicht die Stärken und Defizite des aktuellen Verkaufsprozesses aufdeckt. Der Test basiert auf den Ergebnissen der oben genannten B2B-Studie. Zur Teilnahme besuchen Sie bitte unsere Webpage oder folgen dem untenstehenden Link. Geben Sie Ihre Kontaktinformationen für die Zusendung der Unterlagen ein und beantworten Sie in 5-8 Minuten 25 Fragen zu Ihrer vertrieblichen Vorgehensweise. [Zum Online-Test](#)



4. Gut zu wissen! Knigge gezielt einsetzen, um das Wirkungsvermögen vor dem Kunden zu steigern.

Heute sprechen wir über die Artischocke. Artischocken sind zwar schwierig zu essen, schmecken aber gut und sind auch noch extrem gesund. 100 Gramm haben nur 22 Kalorien, kaum Fett, kein Cholesterin, dafür viel Kalium, Kalzium und Vitamine. Die distelverwandte Pflanze hat ein weiches Herz und spitze Stacheln an den Enden ihrer Blütenknospenblätter.

In gegartem Zustand lassen sich die schuppenartig anliegenden Hüllblätter der Knospe abziehen. Mit den Zähnen zieht man dann die dünne Schicht Fleisch vom unteren Ende - nachdem man diese zuvor in einen pikanten Dip getaucht hat. Mit fortschreitendem Auspellen, stößt man am Ende auf das Blüteninnere mit dem Stroh, welches man feinsäuberlich wegschneiden muss. Nun kommt das Allerbeste, wofür Kenner sogar das eingelegte Artischocken-Herz liegenlassen: der Boden. Dieser ist eine Mischung aus fest und weich, sehr aromatisch mit leichter Sauer- und Bitternote und kann in kleine Stücke zerschnitten genossen werden. Dieser Beitrag wird geliefert von www.korrekt.de

5. Ergebnisse der Umfrage auf www.keylargos.de

Frage: Unternehmen klagen stark über Umsatzrückgänge in den letzten 3 Monaten. Wie hoch ist der Rückgang in Ihrem Unternehmen?

Antworten	Abstimmungen
kein Umsatzrückgang	7%
bis 10%	17%
bis 30%	40%
bis 50%	23%
über 50%	13%

Quelle: www.keylargos.de



6. Seminarvorstellung: Nutzen - Der Schlüssel im Vertrieb. Rational und emotional sicher verkaufen.

Erstaunlich, dass sich Verkaufsmitarbeiter so schwer tun echten Nutzen zu kommunizieren. In klassischen Vertriebsseminaren werden der Nutzenargumentation meist nur 1-2 Stunden gewidmet. Das verwundert, denn einzig der Kundennutzen entscheidet, ob Ihr Unternehmen den Auftrag bekommt oder nicht.

Die Herausforderung ist, den Handlungszwang der Kunden zu erkennen und daraus eine zielgruppengerechte Nutzenargumentation für abschlussichere Gespräche zu entwickeln. Der Schwerpunkt

des Trainings ist die Sichtweise der Kunden auf die Leistungsfähigkeit der Produkte, Lösungen und Services. Die Erwartungshaltung und die Entscheidungskriterien der Kunden sind die Dreh- und Angelpunkte für eine umsatzorientierte Argumentation die „sitzt“.

Die Teilnehmer ermitteln anhand echter Beispiele die Handlungszwänge ihrer Kunden. Sie erlernen eine konkrete Vorgehensweise, um Gespräche, Angebote und Präsentationen nutzenorientiert zu gestalten. Die Erfolge sind erstaunlich. Folgen Sie dem Link, um mehr über das Seminar zu erfahren. Bereits in wenigen Wochen kann Ihr Verkaufsteam erfolgreicher sein. [Weiter](#)



7. Buchempfehlung "DNA digital - Wenn Anzugträger auf Kapuzenpullis treffen".

Der Buchtitel stammt aus einem Bericht des CIO-Magazins über die Initiative DNA digital. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, einen konstruktiven Dialog zwischen der Generation Internet und Top-Managern der deutschen Wirtschaft zu schaffen. Spätestens seit Obamas Wahlkampf oder den Unruhen im Iran sind die sogenannten "sozialen Medien" des Web 2.0 wie Twitter, Wikis oder Facebook im Blickpunkt auch einer breiten Öffentlichkeit. Das Buch setzt sich in einer Vielzahl von Artikeln mit der Frage auseinander, wie diese Medien zukünftig unsere Unternehmen verändern werden. Autoren sind die Avantgarde der Internetgeneration, Vorstände und Top-Manager großer Unternehmen sowie Vordenker des Enterprise 2.0. Herausgekommen ist ein faszinierendes Mosaik an Ansätzen über die Arbeitswelt der Zukunft, kundengetriebene Produktentwicklung, kompetenzbasierte Führung, Unternehmenskultur. Unsere Empfehlung: Eine spannende Lektüre für alle, die sich mit dem interaktiven Internet und seinen erheblichen Auswirkungen auf die Zusammenarbeit von Unternehmen mit jeglichen "Stakeholders" - Mitarbeitern, Kunden, Aktionäre und Kapitaleignern wie der Öffentlichkeit generell - auseinandersetzen wollen. Dr. Michael Heuser ist Mitautor.

Wilms Buhse / Ulrike Reinhard (Hrsg.): DNA digital - Wenn Anzugträger auf Kapuzenpullis treffen. Die Kunst, aufeinander zuzugehen, Neckarhausen 2009. [Bestellung bei Amazon](#)



8. Innovationspreis für den Mittelstand. KeyLargos ist bei den ersten 20 dabei.

Aufgrund der erfolgreichen Teilnahme beim INNOVATIONSPREIS-IT hat KeyLargos einen Platz in den TOP20 der offiziellen Mittelstandsliste neben allen Siegern und Nominierten von 2009 erhalten. KeyLargos ist damit Partner der Initiative Mittelstand. KeyLargos hat die Platzierung in den TOP20 mit einer Seminarinnovation im Bereich der vertrieblichen Ausbildung erworben. Das Seminar [„Innovationen sicher Verkaufen - Nutzen, der Schlüssel im Vertrieb“](#) konnte die Jury überzeugen und hat das begehrte Label „Qualifiziert Initiative Mittelstand 2009“ erhalten.

Die Initiative Mittelstand verleiht seit 2004 jährlich den Innovationspreis. Mit dieser Auszeichnung fördert sie innovative Produkte und Lösungen, die sich durch einen besonders hohen Nutzen für mittelständische Unternehmen auszeichnen. In Kombination mit dem Aktiv-Verzeichnis, einem der größten deutschen Unternehmensportale, bildet die Initiative ein multifunktionales Netzwerk für mittelständische Unternehmen.

Über KeyLargos

KeyLargos ist eine speziell auf den Vertrieb ausgerichtete deutsche Beratungs- und Seminarorganisation. Das Ziel unserer Kunden ist eine leistungsfähige Vertriebsorganisation mit hochqualifizierten Mitarbeitern, einfach einsetzbaren Werkzeugen und hervorragenden Prozessen. Wir bewegen Vertriebe durch unsere Expertise in der Beratung, im Training, der Konzeption von Vertriebsveranstaltungen, der Analyse von Potenzialen und der Umsetzung.

An-/Abmelden

Wir haben die Empfängerliste sorgfältig zusammengestellt und Sie aufgenommen, da Sie mit KeyLargos bzw. einem unserer Berater in persönlichem Kontakt stehen oder sich im Internet für den Newsletterempfang eingetragen haben. [OwnerAbfrage]
Wir verstehen uns als Ihren persönlichen "Vertriebs-Coach" und präsentieren Ihnen in regelmäßigen Abständen aktuelle Informationen rund um den Vertrieb. Sie sind mit Ihrer E-Mail-Adresse in unserem Verteiler registriert. Bitte unterstützen Sie unsere Bemühungen zur spamfreien Kommunikation. Wenn Sie sich noch nicht im Internet angemeldet haben, dann bitten wir Sie, sich offiziell für diesen Newsletter anzumelden. Ein Klick auf den "Anmelde-Button" genügt. Sie können sich natürlich genauso leicht aus der Empfängerliste austragen.
Wenn Sie sich an- oder abmelden wollen, dann folgen Sie bitte dem Link: [An-/Abmeldung](#). Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.

Impressum Kontakt

KeyLargos Unternehmensberatung - Andreas T. Mühlberger - Bürgermeister- Jakob-Karg-Str. 33 - D-85630 München-Grasbrunn
Internet: www.keylargos.de - E-Mail vertriebe.bewegen@keylargos.de - Telefon: +49 (0) 8106-37789-35 - Fax: +49 (0) 8106-37789-36