

# GLOBAL VALUE SELLING INITIATIVE

VALUE SELLING TRAININGS, ACCOUNT MANAGEMENT UND  
SALES LEADERSHIP TRAININGS

CASE STUDY

We bring your strategy to life



# Zusammenfassung

In co-kreativer Zusammenarbeit mit Bosch Rexroth hat das MTI-Projektteam eine globale Value Selling Initiative entwickelt und umgesetzt. **Ziel war es, den Vertrieb von einem produktzentrierten Ansatz hin zu wertebasiertem Verkaufen zu transformieren.**

Dafür wurde ein **dreistufiges Blended-Learning-Programm** konzipiert, das Vertriebsmitarbeitende und Account Manager gezielt schult. Vorab wurden Sales-Management-Workshops für Führungskräfte angeboten, damit die Führungskräfte aktiv als Table Coaches im Training ihre Teams unterstützen.

Nach der erfolgreichen **Umsetzung des Value Selling Kompetenzentwicklungspfades** wurde ein weiterer dreistufiger Lernpfad für Verhandlungsführung entwickelt. Dieser zielt darauf ab, **die Verhandlungsfähigkeiten im Vertrieb gezielt zu stärken** – von der strategischen Vorbereitung bis zur praktischen Anwendung in komplexen Kundengesprächen. Durch praxisnahe Übungen und Simulationen werden Vertriebsmitarbeitende befähigt, Verhandlungen effektiver zu führen und nachhaltige Geschäftsbeziehungen aufzubauen.

Mit einem **erfolgreichen Roll-out in 36 Ländern und der Schulung von über 5.300 Vertriebsmitarbeitenden** hat das Programm weltweit große Wirkung erzielt.

# Value Selling Trainings | Key Facts

## ZIEL

Entwicklung eines geeigneten (3-stufigen) Account Management Lernpfades für das notwendige Value Selling Training auf der Basis der erforderlichen Fähigkeiten (Skillset)



## PROJEKTDAUER

Seit 2018 fortlaufend



## PROJEKTTAGE

ca. 1.700 Tage bis heute



## MTI CONSULTANTS

42 Berater weltweit



## BRANCHE

Antriebs- und  
Steuerungstechnologien  
Automatisierung



## ZIELGRUPPE

Sales und Account  
Development Managers



## TOOLS & METHODEN

MS-Teams-Sitzungen,  
Selbstlernmaterial, Business  
Cases, Lernvideos + E-  
Learning Nuggets



## LÄNDER

D-A-CH, Frankreich, Italien,  
Spanien, Belgien, Dänemark,  
Finnland, Niederlande, Norwegen  
Schweden, UK, Tschechien,  
Ungarn, Polen, Rumänien, Türkei,  
Ukraine, Süd Afrika, Kanada,  
USA, Mexiko, China, Japan,  
Südkorea, Taiwan, Australien,  
Singapur, Indien, Brasilien,  
Argentinien, Chile, Peru,  
Kolumbien



## Besonderheit

Vertriebsmanagement-WS  
finden vor den „Value Selling  
Essentials“-Workshops statt, um  
Vertriebsleiter als Table Coaches  
in die Schulung einzubeziehen.  
Globaler Roll-out in allen  
Regionen gleichzeitig.  
2.000 Personen in  
9 Monaten geschult.



# Zielsetzung & Lösungsansatz

**Zielsetzung ist die Vertriebsentwicklung vom Produktverkauf hin zum wertebasierten Verkauf (Value Selling).**

Die Teilnehmenden:

- erhalten ein vertieftes Verständnis von wertebasiertem Verkauf (Value Selling)
- können die Wahrnehmung der Value Proposition durch die Kunden klären
- kennen das Opportunity Life Cycle Modell und können damit in typischen Kunden Meetings / Interviews umgehen
- können die Customer Perception of Value Proposition anwenden und umsetzen
- können die Methodik von Value Based Selling in virtuellen sowie F2F Kundenmeetings anwenden

In enger Zusammenarbeit mit dem Projektteam von Bosch Rexroth wurde im ersten Schritt ein individuelles Konzept für die Management Workshops sowie für das erste Modul „Value Selling Essentials“ entwickelt, welche in einem internationalen Pilottraining getestet wurden. Anschließend wurden Optimierungen vorgenommen und das Konzept in drei ausgewählten Pilotländern durchgeführt, bevor der globale Roll-out kurze Zeit später begann.

Ein kundenspezifischer 3-stufiger Lernpfad für die Account Manager wurde konzipiert. Ein zusätzliches Modul wird für die Sales Führungskräfte angeboten.

# Alle Module in der Übersicht

Das Sales Curriculum wird beständig weiterentwickelt

**A1 Value Selling & Refresher**  
Sell value rather than products

**A2 Account Management**  
Strategy and Methods

**A3 Key Account Mgmt.**  
Become a KAM/GAM expert

**N1 Negotiation Essentials**  
Cornerstones of successful negotiation

**N2 Negotiations Advanced**  
Become a versatile negotiator

**N3 Expert Negotiations**  
Deal with challenging negotiations

**Entrepreneurship**  
Team Development in Sales

**Social Selling**  
Building Virtual Relationships

**CoachingPRO**  
Sales & Negotiation Coaching

Under development,  
coming soon!

**L1 Sales Leadership**  
Value driven Sales Management

**L2 Leadership Bootcamp**  
New Work Leadership

Under development,  
coming soon!

Under development,  
coming soon!

# Kundenspezifisches Programm am Beispiel A1/A2/A3

BERUFSGRUPPE: ACCOUNT MANAGER

eignet sich auch für:

- › Projektentwickler
- › Projektlebenszyklus-Vertriebsspezialisten
- › Kommunikationskanäle/Partner Management
- › Sales Management

BERUFSGRUPPE:  
SALES MANAGER

## A1 Value Selling & Refresher

Sell value rather than products

Fokus auf beratendem Verkauf, Einwandbehandlung, klärenden Fragen, Verhandlungsgeschick, Abschlusstechniken und Finden von Lösungen für die unternehmerischen Probleme des Kunden. Aufbauen von Beziehungen basierend auf Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Respekt.

3 TAGE

## A2 Account Management

Strategy and Methods

Fokus auf Vertriebsstrategie und Kundenpotenzialanalyse, Vertriebssteuerung, Chancen nutzen und finanziellen Mehrwert schaffen.

3 TAGE

## A3 Key Account Mgmt.

Become a KAM/GAM expert

Herausragende Kompetenz in den folgenden Bereichen:

- › Kundenentwicklung
- › Chancenverwaltung
- › Interkulturelle Beziehungen
- › Team & Projektmanagement
- › Verhandlung & Abschluss

2 TAGE

## Sales Leadership

Optimierung der vertriebsbezogenen Prozesse und des Chancen-Managements, Erstellen von Business Account-Analysen und Zielen, Generieren von Know-how als Entrepreneur, Coach und Geschäftspartner im Vertrieb

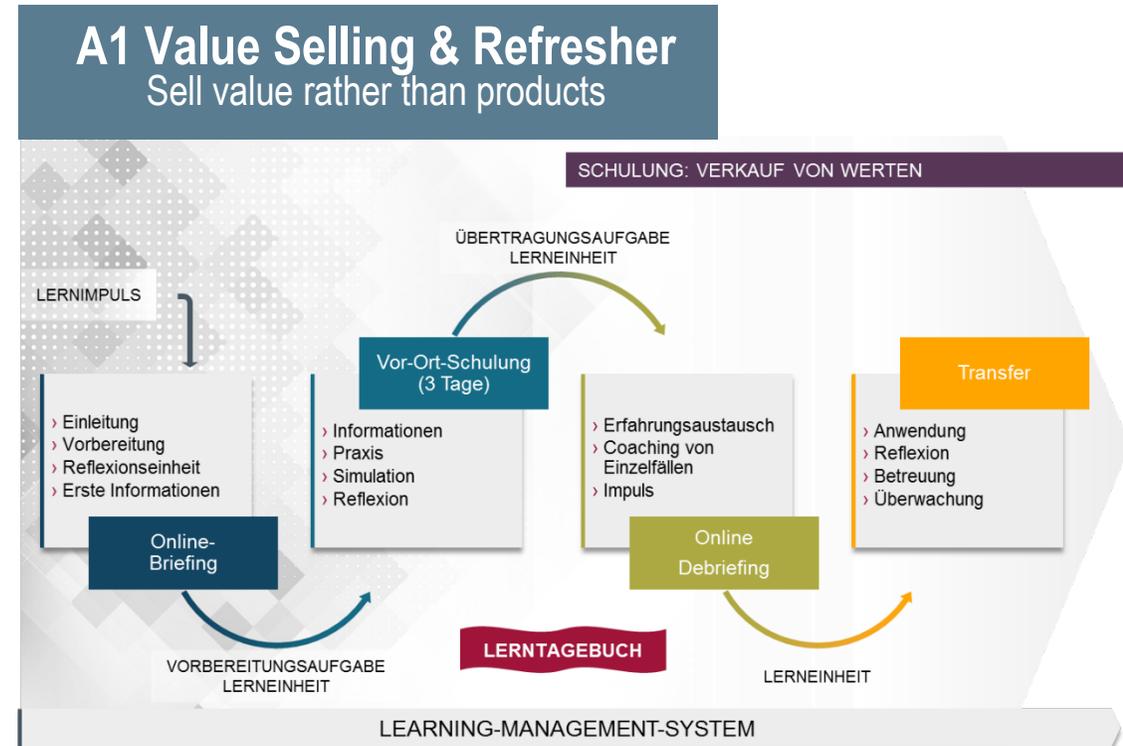
2 TAGE

# Inhalt | Übersicht Modul 1

Ein **nachhaltiger Lernpfad** bindet die direkten Führungskräfte als Coaches während eines vorbereitenden Sales Management Workshops sowie direkt während des Value Selling Essentials Trainings als Table Coaches mit ein.

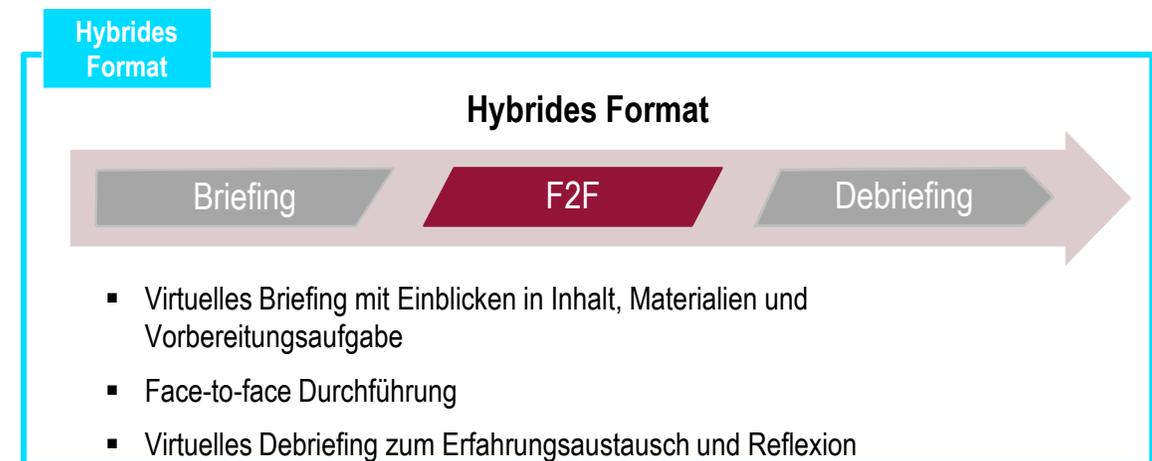
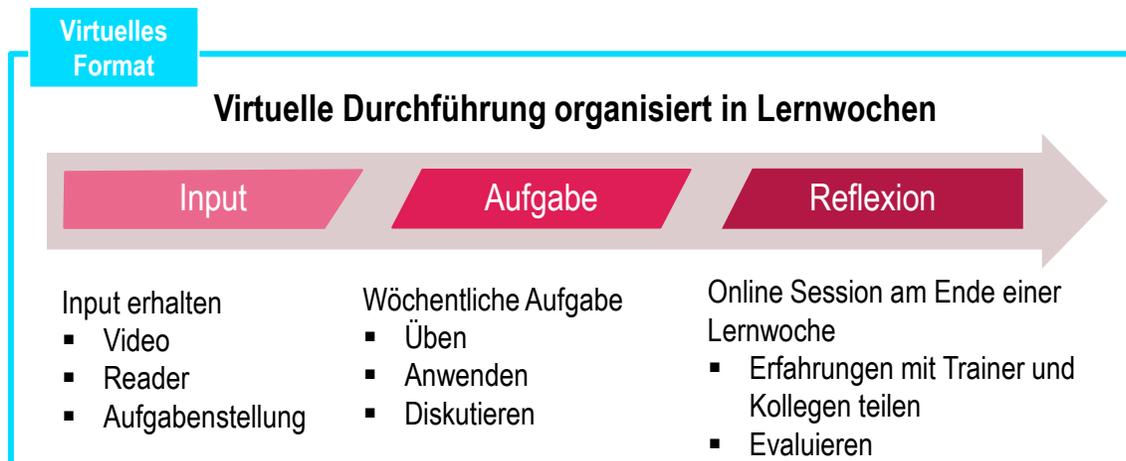
Der **Aufbau des Blended-Learning Konzeptes** mit Vorbereitungsaufgaben, Lernimpulsen sowie Online Briefings und Debriefings trägt ebenfalls zu einer hohen Nachhaltigkeit bei.

Durch **Praxisübungen an realen Case Studies** und der Bearbeitung von Gruppenarbeiten während des Trainings wird die Teilnehmeraktivität gesteigert.



# Zwei zentrale Formate – Virtual oder Face-to-Face

Die Teilnehmer wählen das für sie geeignete Format



## Ergebnisse nach 5 Jahren Value Selling Initiative

- › 5.300 Vertriebsmitarbeiter geschult weltweit
- › 500 Vertriebsführungskräfte geschult
- › 36 Länder im Roll-out
- › 42 MTI-Trainer global im Einsatz
- › Übersetzung der Trainingsunterlagen in 15 Sprachen
- › Verkürzung des A1 Roll-outs von 24 auf 15 Monate
- › durchschnittlicher Customer Satisfaction Index aller Veranstaltungen:  
1,47 (Schulnotensystem 1 – 4)

# KUNDENZITAT

” Einer der Schlüsselfaktoren für den Erfolg ist die hohe Qualität der Trainer. Sie verwenden in ihren Sessions verschiedene Lernmethoden und dies führt letztendlich zu einer sehr guten Einbindung von jedem einzelnen Teilnehmer.

Bis heute erhalten wir überwältigendes Feedback sowohl von den Teilnehmern als auch von ihren Sales Managern. Die Sales Teams profitieren vom internationalen Austausch mit verschiedenen kulturellen Hintergründen ihrer Kollegen und vom Teilen von Success Stories.

Über 90% der Teilnehmer-Feedbacks waren sehr positiv, was auf die kleinen Breakout-Sessions, die Rollenspiele und die Interaktion zwischen den Teilnehmern zurückzuführen ist. Das ist ein entscheidender Erfolgsfaktor, denn die Teilnehmer profitieren so enorm voneinander und lernen voneinander.

Was wir im virtuellen Setting sehen, ist, dass jeder Teilnehmer von einem individuellen Lernstil profitieren kann. Sie können von zu Hause aus lernen, sie können am Abend lernen, sie können auf einer Messe lernen. So ist es für die Teilnehmer viel bequemer und sie kommen besser vorbereitet zum Seminar. Auf diese Weise können wir die Zeit in der Online Session viel effizienter nutzen. Außerdem sind wir viel öfter mit den Teilnehmern in Kontakt, je nach Modul und Lernreise 6- bis 7-mal, und das ist auch der Grund für die hohe Nachhaltigkeit. Das ist der Schlüssel zu mehr Nachhaltigkeit und besserer Qualität. “

Werner Klein und Christoph Reinke | Projekt Manager Value Selling Initiative



## Teilnehmerstimmen

*"The role playing was a lot of fun especially when we were taken out of our comfort zone."*

*"I found the experience enlightening in areas where I was not thinking at that level; and reinforcing in areas where I have always preformed in that manor."*

*"It was one of the best training sessions I've had during this whole time."*

*"One of my best sales trainings ever. It helped me to think differently about value selling with more focus on highlighting customers' business values, apart from their technical values."*

# Jederzeit für Sie da!

Wir freuen uns über Ihr Interesse und stehen für Fragen und Antworten jederzeit zur Verfügung.



Machwüth Team International GmbH

Phone: +49 4262 93 12 - 0

Email: [info@mwteam.com](mailto:info@mwteam.com)

[www.mticonsultancy.com](http://www.mticonsultancy.com)



Noch mehr nützliche Tipps und Insights  
finden Sie auch auf unserem [LinkedIn Kanal](#).



+ Sandra Backhaus  
Head of Business Development

Phone: +49 4262 93 12-26  
Email: [sandra.backhaus@mwteam.com](mailto:sandra.backhaus@mwteam.com)



+ Hans-Peter Machwüth  
Geschäftsführung

Jetzt Termin vereinbaren