



Training & Coaching für den Landmaschinenhandel



Training und Coaching für den Landmaschinenhandel

Die Landtechnik gehört zu den größten Fachzweigen im Maschinenbau. Die hohe Innovationskraft führt zu einer dynamischen Wettbewerbssituation innerhalb der Branche. Diese Dynamik spiegelt sich u.a. auch in den steigenden Anforderungen an z.B. Strukturen und Geschäftsprozessen wider. Damit einhergehend steigen auch die Anforderungen an MitarbeiterInnen im Fachhandel; ebenso sind die Herausforderungen im Bereich der Mitarbeitergewinnung und -bindung enorm. Wer sich diesen Herausforderungen allerdings stellt und die Themen strukturiert angeht, wird langfristig erfolgreich bleiben.

Mit unseren Training- und Coaching-Angeboten haben wir für Sie das nötige Werkzeug entwickelt, um auf dem Feld des Landmaschinenhandels erfolgreich Spuren zu hinterlassen. Abgestimmt auf die unterschiedlichsten Bereiche und den Bedarf in Ihrem Unternehmen bieten unsere Module individuelle und gezielte Weiterbildungsmöglichkeiten. Informieren Sie sich jetzt oder melden Sie sich direkt für eines unserer Trainingsmodule an.

Qualifizierte Trainer: Trainingsdurchführung von MSR-Mitarbeitern mit langjähriger Themen- und Branchenkompetenz.

Support vor Ort: nach Abschluss des Trainings bleiben wir an Ihrer Seite und unterstützen Sie bei Bedarf bei der Umsetzung.

Ihre Vorteile:

Jahrelange Projekterfahrung im Landmaschinenhandel: profitieren Sie von der gesamten Bandbreite unserer Kompetenz.

Praxisnahe und aktuelle Themen: direkt umsetzbare Inhalte für das eigene Unternehmen.

Bedarfsgerecht: die Inhalte der Module orientieren sich an den Herausforderungen aller Bereiche in Ihrem Unternehmen.





Das eigene Unternehmen erfolgreich ausrichten Strategie, Planung & Steuern mit Kennzahlen

Zielgruppe

Geschäftsführer, Bereichsleiter, Angehende Führungskräfte

Trainingsziele

Der Teilnehmer...

- ... ist sich über die Notwendigkeit einer strategischen Ausrichtung des Betriebes bewusst.
- ... ist in der Lage, die Begriffe Vision, Strategie und Ziele gegeneinander abzugrenzen.
- ... kennt die grundlegenden Elemente der Strategieentwicklung.
- ... ist in der Lage entsprechende Umweltanalysen durchzuführen (Kunde, Markt und Wettbewerber).
- ... kann das Instrument der „SWOT-Analyse“ anwenden und strategische Handlungsfelder ableiten.
- ... kennt die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen im Unternehmen.
- ... kennt den grundsätzlichen Umgang und die Anwendung von Kennzahlen zur Führung.
- ... ist in der Lage, Kennzahlen zur Erfolgsmessung anzuwenden.
- ... kann die Einflussfaktoren für die verschiedenen Kennzahlen benennen
- ... kann Prozessabläufe selbständig analysieren und geeignet Maßnahmen ableiten.
- ... ist mit den wesentlichen Prozesskennzahlen im Vertrieb und Service vertraut.

Trainingsinhalte

- Die Bedeutung einer Strategie für Unternehmen und Mitarbeiter
- Differenzierung von Vision, Strategie und Zielen
- Anwendung der SWOT Analyse
- Ableitung von strategischen Ansätzen für das Unternehmen
- Der Umgang mit Kennzahlen zum Steuern und für die Erfolgsmessung
- Einflussfaktoren auf verschiedene Kennzahlen
- Ursachenanalyse von Problemen anhand der „PULS Methode“
- Optimierung der Prozesse und nachhaltiges Implementieren

Dauer

2 Tage

Referenten



Dirk Brehm
Senior Consultant



Stefan Meisenzahl
Partner



Gezielte Mitarbeiterführung und -entwicklung in einem dynamischen Umfeld

Zielgruppe

Geschäftsführer, Personalverantwortliche / -referenten, Führungskräfte aller Bereiche

Trainingsziele

Der Teilnehmer...

- ... ist sich grundsätzlich seiner Rolle als Führungskraft bewusst.
- ... kennt den Unterschied zwischen Führung / Leadership und Management.
- ... kennt die Einflussfaktoren und Herausforderungen von Führung.
- ... kennt die Grundlagen für die Motivation von Mitarbeitern.
- ... kennt unterschiedliche Instrumente für die tägliche Führungspraxis.
- ... ist in der Lage, Mitarbeiter aktiv bei Ihrer Entwicklung zu begleiten.
- ... ist sich der Bedeutung von Führung für die Kundenzufriedenheit bewusst.

Trainingsinhalte

- Differenzierung zwischen Führung und Management
- Führung und „Umwelt“-Einflussfaktoren anhand des VUCA-Ansatzes
- Selbstreflektion der Rolle als Führungskraft
- Fokussierung auf die Aufgaben einer Führungskraft
- Kennenlernen von verschiedenen Führungsmodellen
- Motivation als Instrument zur Führung
- Führen mit Kennzahlen und Definition von konkreten Zielen
- Führung als Bestandteil von Kundenzufriedenheit
- Mitarbeiterentwicklung und individuelle Förderung
- Führen von Teams in verschiedenen Entwicklungsstufen

Dauer

2 Tage

Referenten



Dirk Brehm
Senior Consultant



Stefan Meisenzahl
Partner



Strukturierte Marktpotenzialanalyse & -bearbeitung im After Sales

Zielgruppe

Geschäftsführer, After Sales-Manager

Trainingsziele

Der Teilnehmer...

- ... ist in der Lage, die Erwartungen und Bedürfnisse des Kunden im After Sales zu identifizieren (entlang der sogenannten „Customer Journey“).
- ... kennt die relevanten Kontaktpunkte des Kunden und deren unterschiedlichen Wahrnehmung.
- ... ist in der Lage, seinen relevanten After Sales-Markt zu analysieren und einzuordnen.
- ... kennt die Vorgehensweise einer detaillierten Kundenstammanalyse auf Basis von differenzierten Kundensegmenten (Service & Teile).
- ... kann das Potenzial im eigenen Kundenstamm ermitteln.
- ... kennt die unterschiedlichen Instrumente des „Point-of-After Sales“.
- ... kennt die unterschiedlichen Kommunikationskanäle der Marktbearbeitung.
- ... kennt die Bedeutung der Kundenzufriedenheit für das After Sales Geschäft.

Trainingsinhalte

- Kundenbedürfnisse identifizieren und beschreiben
- In die Rolle des Kunden wechseln und dessen Sicht einnehmen
- Analyse des Wettbewerbsumfeldes und des After Sales-Marktes
- Detaillierte Analyse des eigenen Kundenstammes (Segmente / Priorisierung)
- Notwendigkeit und Bedeutung von Datenqualität
- Ableiten von Potenzialen aus dem Kundenstamm und des Marktes
- Beschreibung der verschiedenen Instrumente am „Point-of-After Sale“ und deren Einsatzmöglichkeiten
- Verkaufschancen im After Sales (Service & Teile) effektiv nutzen
- Grundlagen der Kundenzufriedenheit im After Sales-Geschäft

Dauer

2 Tage

Ihre Referenten



Dirk Brehm
Senior Consultant



Stefan Meisenzahl
Partner



Die MSR Consulting Group

Unabhängig. Inhabergeführt. Ausgezeichnet.

MSR Consulting ist ein mittelständisches Unternehmen mit Sitz in Köln, das sich auf Marktforschung, Strategie-, Organisations- und CX-Beratung konzentriert. Unsere Klienten schätzen unsere Arbeit. Laut brandeins und Die Welt zählen wir regelmäßig zu den besten Unternehmensberatungen Deutschlands für die Branchen Auto & Zulieferer und Versicherungen sowie die Bereiche Sales, Aftersales und CRM.

Building Best-in-Class Companies.

Wir bringen Unternehmen in Bewegung und führen sie auf ihren Weg zu besseren Ergebnissen. Das tun wir mit Best-in-Class Anspruch. Dahinter steckt der unbedingte Wille, zu den Besten zu gehören. Das ist unser Ansporn. Bei MSR und für unsere Klienten.

Transformationsbegleitung. Integrativ. Nachhaltig.

Wir versetzen unsere Klienten in die Lage, Veränderungen nachhaltig erfolgreich zu etablieren. Wir arbeiten im Team und auf Augenhöhe, sowohl bei strategischen Weichenstellungen als auch bei der operativen Umsetzung. Im Rahmen unserer Projekte und in spezifischen Ausbildungsformaten geben wir unser Wissen weiter für den nachhaltigen Erfolg unserer Klienten.

Mehr Informationen



Kontakt@MSR.de



0221 489 28 0



www.msr.de/training-coaching-im-landmaschinenhandel/

**Top 2023
Company**



kununu



Sie sind auf der Suche nach kompetenter Unterstützung und suchen einen Sparringspartner, der mit Ihnen auf Augenhöhe Ihre Projekte ans Laufen bringt? Sprechen Sie uns an, wir überzeugen Sie in einem Gespräch gerne von uns.

 **MSR** Consulting Group

Bayenthalgürtel 16-20 | 50968 Köln
+49 221 489 28-0 | Kontakt@MSR.de | www.MSR.de