



# Vertriebsaufbau in China

Erfolgsorientiertes Praxistraining am 01.06.2017 von 9.00 bis 18.00 Uhr in München

Veranstaltungsort:  
Weiler & Kollegen  
Hohenlindener Strasse 1  
D-81677 München

- China als Absatzmarkt
- Aufbau einer Vertriebsorganisation
- Interkulturelle Aspekte beim Vertrieb in China
- Besonderheiten des Vertriebsprozesses in China
- Aftersales Service
- eCommerce und Social Media in China

## Ihre Vorteile

- ✓ Behandlung individueller Fragen durch kleine Gruppengröße
- ✓ An Ihre Bedürfnisse angepasster Inhalt durch Bedarfserhebung
- ✓ Verwendung von Best Practices und getesteten Lösungen im Trainingsablauf
- ✓ Fachreferenten aus der Praxis als Trainer



## China – Kunden gewinnen und erfolgreich halten

China hat sich in den letzten Jahren vom Einkaufsmarkt zu einem attraktiven und besonders schnell wachsenden Absatzmarkt für Europa entwickelt. Besonders deutsche Produkte profitieren von der weit verbreiteten Überzeugung in China, dass europäische Qualität ihren Preis wert ist. **Um den chinesischen Markt erfolgreich zu erschließen, benötigt es jedoch mehr als nur gute Produkte.** Das **Verständnis der chinesischen Kunden**, die **Wahl der richtigen Vertriebsstrukturen** sowie der **Aufbau einer schlagkräftigen Vertriebsorganisation** sind das A und O für Ihren Vertriebs Erfolg in China. Lernen Sie die richtigen Strategien kennen, minimieren Sie Ihr Risiko und **sichern Sie sich Ihren Erfolg am größten Absatzmarkt weltweit.**

### Praktische Beispiele:

- Sie verhandeln mit chinesischen Kunden und die Verhandlungen drehen sich im Kreis, da Sie nicht erkennen können, was Ihr Kunde denn nun wirklich möchte! Interessiert daran, es rauszufinden?
- Sie haben bereits eine Vertriebsorganisation in China, doch es klemmt immer wieder zwischen Ihrem Vertriebsteam in China und Ihren Kollegen in Europa. Was könnten Sie tun und welche Best Practices haben sich bei anderen Firmen bereits bewährt?

## Zielgruppe

- Geschäftsführer
- Vertriebsleiter und –mitarbeiter
- Regional Sales Manager & Key Account Manager

## Maximale Teilnehmerzahl

Um eine optimale Betreuung sowie den größtmöglichen Nutzen der Teilnehmer garantieren zu können, arbeiten wir mit Gruppen von bis zu 12 Personen.



## Referenten

### Herr Manfred Steinkellner

*Geschäftsführer von Steinkellner China Services ([www.Chinaservices.at](http://www.Chinaservices.at))*

Durch seine mehrjährige Tätigkeit als Projektmanager sowie durch die operative Begleitung von Projekten in China kennt Manfred Steinkellner die Herausforderungen für erfolgreiche China Projekte. Neben seiner technischen Ausbildung (IT) spricht er verhandlungssicheres Chinesisch (Mandarin).

### Herr Ingo Bollmann

*Geschäftsführer der Boiwen & Company Ltd. & Co. KG ([www.boiwen.com](http://www.boiwen.com))*

Herr Bollmann ist seit 20 Jahren Unternehmer und seit 15 Jahren in China und den ASEAN Staaten tätig. Er betreut dort zentraleuropäische Kunden bei Ihrem China- und ASEAN-Engagement. Seine Schwerpunkte sind dabei u.a. der Vertriebsaufbau in China.

## Auszug aus den Inhalten des Trainings

<b>Interkulturelle Aspekte beim Vertrieb in China</b>
Etiquette bei Kundenmeetings
Hierarchien durchblicken – Entscheidungsträger erkennen
„Nein“ hören – Wann und wie sagen Chinesen „Nein“?
„Aufmerksamkeiten“/Geschenke – was wird erwartet?
Kundenerwartungen an Produktqualität und Preis (premium vs. designed to work)
Qualitäts- und Terminbewusstsein in Deutschland und China
Chinesische Kunden vs. deutsche Kunden
Essentielle Tipps für einen erfolgreichen Verkauf in China

  

<b>Besonderheiten des Vertriebsprozesses in China</b>
Kontaktanbahnung & Kundenbeziehungen
Akquisitionsaufwand und Akquisedauer für chinesische Kunden
Projektkalkulation – Mehraufwände und Extrakosten bei China Projekten
Fakten – Wie Sie technisch relevante Daten erhalten können
Die Bedeutung von Schulungen
Verträge und deren Bedeutung
Zahlungsmodalitäten und Zahlungsverzögerungen



### **Aufbau einer Vertriebsorganisation für China**

Kostspielige Stolpersteine im Aufbau einer Vertriebsorganisation für China

#### **Case Study: Was man alles falsch machen kann und wie es richtig geht**

Die Rolle eines chinesischen Vertriebsmitarbeiters

Mitarbeiter in China an das Unternehmen binden

Aufbau einer lokalen Vertriebsmannschaft

Kommunikation zwischen chinesischen und europäischen Kollegen

China ist groß – wo sind meine Kunden und wie decke ich das ab?

### **eCommerce und Social Media in China**

Einführung in den chinesischen Onlinemarkt

Wichtige player und Plattformen

Markteintrittsstrategien

Chinaspezifische Besonderheiten

Digitales Marketing

Die Inhalte des Trainings werden durch Vorabfragebögen an Ihre individuellen Bedürfnisse angepasst.

**Ihre Fragen im Training sind unsere Agenda.**

Ihre Ansprechpartner stehen Ihnen gerne bei Fragen zur Verfügung!

**Manfred Steinkellner**

[www.chinaservices.at](http://www.chinaservices.at)

[manfred.steinkellner@chinaservices.at](mailto:manfred.steinkellner@chinaservices.at)

**Ingo Bollmann**

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

[vertriebsworkshop@boiwen.com](mailto:vertriebsworkshop@boiwen.com)

#### **Veranstaltungsadresse:**

Weiler & Kollegen

Hohenlindener Strasse 1

D-81677 München

<http://www.weilerpartner.de/>

Google maps: <https://goo.gl/maps/wurKiPq9n6x>