

Workshop „Methodisches Netzwerken in der Praxis“

Instrumente und Praxisbeispiele für erfolgreichen Vertrieb in Netzwerken

„Das Beziehungskapital eines Unternehmens oder einer Person wird in dieser komplexen Welt als Erfolgsfaktor immer wichtiger – doch dafür muss man die Netzwerke dahinter auch wirklich verstehen lernen!“

(Thomas Friedschröder, Netzwerkökonomie, 2006)

Agendapunkte eines Workshops

1. Impulsreferat „Methodisches Netzwerken im Vertrieb“ (ca. 30 Minuten)

- Methodisches Netzwerken als Vertriebsunterstützung
- Systematischer Aufbau von Netzwerken bei Kunden, Partnern und Lieferanten
- Die wichtigste Spielregel: Das gegenseitige Nutzenprinzip
- Steuerung und Interventionen in Netzwerken: Agenda-Setting, Interventionen und Lobbying
- Beeinflussung von Entscheidungsprozessen in Netzwerken
- Der Entwicklungspfad zum Profi-Netzwerker
- Instrumente und Werkzeuge für Netzwerke

2. Durchspielen eines konkreten Fallbeispiels (ca. 90 Minuten)

- Soziale Netzwerkanalyse für das Kundenumfeld
- Aufbau eines Themen-Radars (Früherkennung von wichtigen und interessante Themen beim Kunden, um Projekte generieren zu können)
- Anwenden der Instrumente und Werkzeuge für Netzwerke
- Erarbeiten eines konkreten Kommunikations- und Interaktionsplanes
- Netzwerkbindungsmaßnahmen für die Schlüsselakteure
- Steuerungs und Interventionsmöglichkeiten im spezifischen Kundennetzwerk

3. Zusammenfassen der Ergebnisse und Lessons Learned (ca. 30 Minuten)

Nutzen: Optimale Kombination von Theorie und Praxis durch das Anwenden von neuen Netzwerkmethodik-Ansätzen anhand eines konkreten Fallbeispiels; Konkrete und praxisrelevante Ergebnisse; Nachhaltiger Wissensaufbau durch das aktive Mitarbeiten der Teilnehmer; Sofort einsetzbar durch starken Praxisbezug