

## Channel Partner Management<sup>SM</sup>

### Der Prozess

Den Teilnehmern wird aufgezeigt, wie sie eine Win-Win-Partnerschaft, die im heutigen äußerst wettbewerbsbezogenen globalen Geschäftsumfeld die Leistungsfähigkeit enorm steigern kann, aufbauen und weiter stärken können.

- Beziehungen mit Partnern aufbauen, die einzigartige, wichtige Fähigkeiten besitzen
- Klare und für beide Seiten nutzbringende Ziele definieren
- Entwicklung von strategischen und taktischen Maßnahmen zur Zielerreichung des Partners
- Den Partnern die Wichtigkeit der Beziehung aufzeigen
- Erreichen von Verpflichtungserklärungen des Partners für Umsatz- und Verkaufsziele
- Minimierung wettbewerbsbezogener Schwächen
- Aufbau von Partner-Loyalität
- Festlegung des ROI von Channel Programmen

### Was lernen Sie?

Als Teilnehmer können Sie urheberrechtlich geschützte Verkaufstechniken und –werkzeuge nutzen, die sich durch eine Erhöhung der Leistungsfähigkeit der Channel-Programme auszeichnen.

- Definition des „Partner Mission Statement“
- Ausarbeitung eines gemeinsamen Fokus
- positive und negative Investitionsentscheidungen
- Leitfaden für die Partnergespräche
- Strategische Channel Partner-Analyse (Platinum Sheet)

### An wen richten sich die Veranstaltungen?

- Strategische Kundenteams, die für Channel Management zuständig sind
- Vertrieb, Marketing, Business Development, Manager und Direktoren, die für den Aufbau von Channel-Partnern zuständig sind
- Strategische Channel Account Manager
- Regional-Channel-Manager
- Teammitglieder, die in die Unterstützung von Channel Partnern eingebunden sind

## Verkaufsstrategien für die Praxis

**Die Teilnehmer arbeiten an eigenen, realen Kundenbeispielen, nicht an theoretischen Fallbeispielen. Sie erarbeiten konkrete Maßnahmenpläne für ihre Channel-Partner mit folgenden Details:**

- Diskussion über verschiedene Channel-Modelle
- Channel-Fokus-Ausrichtung
- Ausarbeitung einer umfassenden Situationsbewertung (Schlüsselpersonen, Trends, Verkaufschancen, Stärken, Schwächen)
- Definition klarer Partnerschaftsziele
- Festlegung wirksamer Channel-Partnerschaft-Mission Statements
- Definition wirksamer Verkaufs- und Support-Programme
- Festlegung von positiven und negativen Investitionsentscheidungen

## Der Nutzen des Channel Partner Management Programms nach Miller Heiman

Der Prozess des Channel Partner Managements<sup>SM</sup> unterstützt Unternehmen, die Leistungsfähigkeit und Produktivität ihrer Channel Partner-Beziehungen zu verbessern. Durch die Ausrichtung auf für beide Seiten nutzbringende Partnerschaften und Win-Win-Strategien hilft der Prozess dabei, die Channel-Beziehungen auf die nächste Stufe der Beziehungshierarchie zu bringen.

Durch diesen Prozess werden beide Seiten in die Lage versetzt, gemeinsam Erwartungen zu definieren, Ressourcen auszurichten und zu fokussieren, um somit das Return on Investment zu maximieren.

Channel Partner Management SM erfordert Konzentration, Engagement und Aufmerksamkeit. Wie alle Programme von Miller Heiman ist dieses Training konsequent und anspruchsvoll... denn diese Eigenschaften braucht es, um heute erfolgreich zu verkaufen. Weitere Informationen zum Thema Channel Partner Management<sup>SM</sup> nach Miller Heiman erhalten Sie bei Miller Heiman Deutschland, Kontaktdaten finden Sie unten.

„Um heutzutage erfolgreich zu sein, muss man mehr tun, als nur erfolgreich gegen seine Wettbewerber zu agieren. Man muss ebenso erfolgreich mit seinen Partnern zusammenarbeiten.“

President, Garret-Miller Associates