

4.1.2010

## Seminare 2010

Das neue Schulungsprogramm von Badspezialist Duravit für 2010 ist ab sofort verfügbar. Mitarbeiter aus Handwerk und Handel können aus über 40 Terminen in Hornberg sowie über 30 Terminen in Meißen wählen.

An beiden Standorten erwarten die Teilnehmer professionelle Referenten, ausgeklügelte Programme und praxisbezogene Inhalte. Trainiert werden alle Phasen des Verkaufs - von der Bedarfsermittlung über die kreative und kompetente Erarbeitung von Lösungen und Planungen bis hin zur Kaufentscheidung, die den „Sack zumacht“. Mehr als 20 unterschiedlichen Seminartypen sind in der Broschüre übersichtlich zu drei Seminarreihen zusammengefasst: Produkt, Planung und Kommunikation. Die Seminare der Reihe „Produkt“ behandeln die Inhalte Materialkunde, Qualitätsnormen, Training, Nutzen- und Verkaufsargumente. Ziel ist es, eine hohe Produktsicherheit zu erlangen, die eine Fachberatung von reiner Produktinformation unterscheidet. Bei der Reihe „Planung“ liegt der Fokus ganz auf Gestaltung. Beginnend bei der Bedarfsermittlung über die Grundrissplanung bis hin zur kreativen Gestaltung von Wunschbädern bleiben keine Fragen offen. Techniken wie Freihand-Perspektive können genauso erlernt werden wie professionelle Colorationsmethoden. Sie führen später im Planungs- und Verkaufsgespräch schneller zum Erfolg. Die dritte und jüngste Säule, Kommunikation mit dem Kunden, gewinnt für Duravit zunehmend an Bedeutung. Hier werden Wissen und Techniken zum kundenorientierten und erfolgreichen Verkaufsabschluss trainiert. So beschäftigt sich zum Beispiel ein Seminar intensiv mit dem Thema „Badverkauf

im Wandel der Zeit". Dabei erarbeiten die Teilnehmer gemeinsam, welche Vorteile für den Endkunden im professionellen Vertriebsweg stecken. Alle Seminare werden als Workshop durchgeführt und leben von der aktiven Mitarbeit der Teilnehmer. Ein großer Trainingseffekt ist durch die Begrenzung der Teilnehmerzahl bei den Modulen garantiert. Die zum Einsatz kommenden Methoden unterstreichen den Workshop-Charakter mit Lehrgesprächen, Gruppenarbeiten in Kleingruppen, Einzelarbeiten, Rollenspielen, Diskussionen, praxisnahen und praktischen Übungen. Eine besondere Verbindung aus Theorie und Praxis bietet sich bei den Wellness-Seminaren: Beide Standorte verfügen über eigene Testbäder. So können die Teilnehmer die emotionale Qualität eines Wellness-Bades hautnah erleben und sie zusammen mit einer sinnvollen Produkt-Nutzen-Argumentation später authentisch und glaubhaft weitervermitteln. Höhepunkt der neuen Broschüre ist die Komplexausbildung zum Badverkäufer, die als halbjährige Intensivausbildung aus zwei Kompaktworkshop-Wochen, zwei Hausarbeitsphasen, Zwischen- und Abschlussprüfung besteht. Die Ausbildung orientiert sich dabei inhaltlich und methodisch an den prinzipiellen Phasen, die jeder Badverkauf durchläuft. Ziel ist es zum Badspezialisten zu werden - im kaufmännischen als auch gestalterischen Bereich. Die Seminarbroschüre 2010 ist kostenlos erhältlich bei: Duravit AG, Abt. Schulung, 78128 Hornberg, Tel. 07833/70315, Fax 07833/707315, [schulung@duravit.de](mailto:schulung@duravit.de). Das komplette Schulungsangebot ist auch online zu finden unter [www.duravit.de/seminare](http://www.duravit.de/seminare).



Seminarbroschüre 2010

(<http://pro.duravit.de/produravit/html/default/useo-823e9m.de.html>)