

1-Tages-Seminar: Medizinprodukte erfolgreich verkaufen

Verkaufsstrategien effizient und effektiv umsetzen (Stand 2026)

Termine:

23. März 2026 (online-interaktiv), 1. Juli 2026 (Präsenz), 03. September 2026 (Präsenz), 16. November 2026 (online-interaktiv), Inhouse-Termine auf Anfrage in Präsenz oder online möglich

Kurzbeschreibung

Im Verkauf stellen Sie eine entscheidende Verbindung zwischen Unternehmen und Kunden her. Sie verkaufen, beraten und repräsentieren das Unternehmen nach außen. Bis zum Kaufvertrag ist es ein strukturierter Prozess: Leads generieren, Kundengespräche souverän führen, Produkte und damit verbundene Dienstleistungen vorstellen und erfolgreich verkaufen.

Dabei lernen Sie, den klassischen Verkaufstrichter als hilfreiches Orientierungs- und Steuerungsinstrument zu nutzen und ihn zugleich durch das Verständnis moderner Customer Journeys zu ergänzen. Diese bilden ab, wie Kunden Entscheidungen tatsächlich treffen – mit Rückfragen, Pausen, Rückschritten und mehreren Kontaktpunkten entlang des gesamten Entscheidungs- und Nutzungsprozesses.

Gerade im MedTech-Vertrieb entscheidet nicht der Abschluss allein über den Erfolg, sondern die verlässliche Begleitung der Kunden über Anwendung, klinische Erfahrung und Feedback hinweg – denn dort entstehen Vertrauen, Wiederkauf und langfristige Partnerschaften. Nach dem Kauf sind Sie daher wichtiger Ansprechpartner für alle Fragen und fördern in Zusammenarbeit mit dem Marketing den Wiederkauf und die Weiterempfehlung Ihrer Produkte.

Dieses Verkaufsseminar stellt Ihnen Konzepte und Tools vor, die Sie für eine erfolgreiche Verkaufsstrategie und -taktik benötigen. Sie erfahren, wie Sie Kunden systematisch aufbauen und bestehende Kunden effizient und effektiv pflegen. Für das Verkaufsgespräch trainieren Sie interaktiv und videounterstützt verbale, nonverbale und paraverbale Kompetenzen. Darüber hinaus lernen Sie, wie Sie sich optimal auf schwierige Kunden- oder Verkaufssituationen vorbereiten, um in Verhandlungen souverän zu agieren und zielsicher zum Abschluss zu kommen. **Neu:** Effektive Unterstützung der Lead-Recherche, Argumentationsvorbereitung und Texten mit generativer KI.

Inhalte

Verkauf in der Medizinproduktebranche

- Was der Markt regelt: MDR, Market Access und Vergütung von Medizinprodukten
- Besonderheiten im Medizinprodukte-Vertrieb
- Zielgruppen und deren Bedürfnisse (*Workshop*)
- Der „Buying-Center“ im B2B-Medizinproduktemarkt: Rollen, Interessen und Fallstricke

Launch Package, Customer Journey, Kundenempathie

- Launch Package: Wie Marketing und Produktmanagement den Verkaufserfolg unterstützen
- Differenzierung vom Wettbewerb hinsichtlich Produkt, Unternehmen und Persönlichkeit
- Customer Journey und Entwicklung von wirkungsvollen Touchpoints in allen Kaufprozessphasen. (*Workshop*)
- Kundenempathie: Die eigene Persönlichkeit anhand eines Kurz-Analysetools kennenlernen und auf dieser Basis souverän mit verschiedenen Kundentypen kommunizieren. (*Persönlichkeitstest*)

Lead Management und erfolgreiche Taktiken in den sechs Verkaufsphasen

- Verkaufstrichter und effektives Leadmanagement
- Erfolgskriterien in den sechs Verkaufsphasen und der Spannungsbogen im persönlichen Verkauf.
- Phase 1 „Vorbereitung“: Rolle des Gesprächspartners und Zielformulierung für den Erstkontakt?
- Phase 2 „Erster Eindruck“: Kompetentes und respektvolles Auftreten, authentischer Gesprächseinstieg, Elevator Pitch. (Übungen)
- Phase 3 „Bedarfsanalyse“: Fragetechniken, Aktives Zuhören und Kundencoaching (Übungen)
- Phase 4: Preisverhandlungen mit Nutzenargumenten führen. Einwände sicher kontern und in Kaufimpulse verwandeln (Übungen)
- Phase 5: Letzter Eindruck: Verbindlichkeit herstellen, Wertschätzung zeigen, ein positives Gefühl hinterlassen (Übungen)
- Nachbereitung: Gesprächsdokumentation und –bewertung, Nachfassen, Reflexion

Wirtschaftlichkeit im Verkauf

- Customer-Relationship-Management (CRM) und Kundenbindung
- Mehr Umsatz, weniger Leerlauf: Den Engpass „aktive Verkaufszeit“ gezielt auflösen
- Kundenbewertung und Leistungen für ABC-Kunden
- Hybrid verkaufen: persönlich, digital, effektiv
- Die Verkaufsleistung messen: Key Performance Indicators (KPI's) in der Vertriebsarbeit

Zusatzleistungen/Methodik

- Zielabfrage vor dem Seminar
- Im Seminar: 30% fachlicher Input, 60 % Übungsanteil und Workshops
- Online: Max. 4 Teilnehmende (TN); in Präsenz max. 8 TN; Inhouse: mehr als 8 TN möglich
- Ausführliche Seminar-Dokumentation, weiterführende Literatur, Checklisten, Arbeitsvorlagen, Videodokumentation
- **Neu:** Handbuch „Effektive KI-Tools und Prompting für Verkäufer*innen bzw. Medizinprodukteberater*innen“ (datenschutzkonform)
- Nach dem Seminar: Reflektion per Videokonferenz nach ca. 3 Monaten

Zielgruppen

- Einsteiger im Vertrieb bzw. Verkauf (Medizinprodukteberater), Produktmanagement, Startups

Kosten

- 850,- EUR zzgl. gesetzlich gültiger MwSt. (Darin enthalten sind ein Seminartag, Seminar-Dokumentation, Teilnahmezertifikat und vollständige Verpflegung)

Dauer/ Ort

- 9.00 - 17.00 Uhr.
- Präsenztermine: Nürnberg (City). Die Location wird rechtzeitig bekannt gegeben.
- Online: über MS Teams und dem Kollaborationstool Conceptboard

Veranstalterin

Sigrid Triebfürst. medtech-seminare & coaching
Hormersdorfer Str. 29
D-90587 Obermichelbach
Tel. +49 (0) 911-5181947
Mail: info@medtech-seminare.de
Website: <https://www.medtech-seminare.de>