

# Lehrgang Vertrieb im Hochbau und SF-Bau

Fachwissen allein gewinnt keine Projekte mehr.

Der Hochbau und SF-Bau stabilisiert sich – doch der Wind am Markt hat sich gedreht. Während die Branche langsam die Talsohle durchschreitet, stellen uns der intensive Verdrängungs-wettbewerb und komplexe Entscheidungswege vor neue Aufgaben.

## Intensiver Wettbewerb

Begrenztes Marktvolumen führt zu starkem Verdrängungsdruck

## Preissensibilität

Kunden fordern maximale Effizienz trotz hoher Baukosten

## Komplexität statt Standard

ESG-Zertifizierungen und technische Feinheiten fordern uns täglich heraus.

## Proaktive Akquise

Wer wartet, bis die Ausschreibung kommt, hat oft schon verloren.

Warum der Vertrieb jetzt den Unterschied macht.

In diesem Marktumfeld reicht es nicht mehr, auf Anfragen zu warten. Wer wachsen will, muss **aktiv in den Markt gehen**.

Das erfordert Mitarbeiter, die nicht nur technisch beraten, sondern strategisch verkaufen können. In unserem neuen Lehrgang „**Vertriebsingenieur im Hochbau und SF-Bau**“ rüsten wir technische Profis mit dem nötigen Vertriebs-Handwerkszeug aus.

„*Wenn unsere Ingenieure durch diesen Lehrgang im gesamten nächsten Jahr nur ein einziges zusätzliches Projekt gewinnen oder bei einem Großprojekt den Preis um nur 1 % besser verteidigen, hat sich die gesamte Investition bereits mehrfach amortisiert. Alles darüber hinaus ist purer Gewinn für das Unternehmen.*“

szb

strategie  
zentrum  
**bau**

# Lehrgang

# Vertrieb im Hochbau und SF-Bau

## DIE NEUE ROLLE

Technische Experten bringen **fachliche Glaubwürdigkeit**. Wir rüsten sie mit Vertriebs-Handwerkszeug aus, um Projekte aktiv zu gewinnen.

## DER MINDSET-SHIFT

Weg vom reinen **Erklären** technischer Details. Hin zum **Verstehen** von Kundenproblemen und echten Mehrwerten.



**Im Fokus:** Das Sales-Mindset & die neue Rolle. Strategische Akquise & Buying-Center-Analyse. Kommunikation & Nutzenargumentation. Präsentation & Lösungsvorstellung. Abschluss & After Sales.

Technische Experten, die ihre Produkte und Dienstleistungen im Hochbau und SF-Bau in- und auswendig kennen, bringen die wichtigste Grundvoraussetzung für den Projektvertrieb bereits mit: **Absolute fachliche Glaubwürdigkeit**.

Die größte Herausforderung für Ingenieure und Techniker im Vertrieb ist meist der **Mindset-Shift**: Weg vom Erklären technischer Details hin zum Verstehen von Kundenproblemen und dem Aufzeigen von Mehrwerten.

Um diese Lücke zu schließen, haben wir basierend auf den Kompetenzprofilen erfahrener Vertriebsingenieure einen maßgeschneiderten Lehrgang konzipiert.

Vormerkung & mehr Infos:

[info@strategiezentrum-bau.de](mailto:info@strategiezentrum-bau.de)

# Lehrgang

# Vertrieb im Hochbau und SF-Bau

## DER LEHRGANG: MODULE 1-3

### 01

#### **Mindset, Psychologie & Beziehungsmanagement.**

##### **Den guten Draht zum Kunden schaffen.**

- **Rolle:** Selbstverständnis des Vertriebsingenieurs – vom „Erklärer“ zum strategischen Partner.
- **Psychologie des Vertrauens:** Sympathieaufbau und Beziehungsmanagement zu unterschiedlichen Persönlichkeitstypen (DISG o.ä.).
- **Kommunikation:** Wirkung von Rhetorik, Tools, Körpersprache und Souveränität auf Augenhöhe.
- **Umgang mit Widerstand:** Psychologische Grundlagen der Einwandbehandlung und Souveränität bei Ablehnung oder Misserfolg.
- **Netzwerk-Dynamik:** Strategischer Aufbau und Pflege von Stammkunden sowie Identifikation relevanter Kontaktpunkte.

### 02

#### **Gesprächsführung, Nutzen & Abschluss**

##### **Das Handwerkszeug zur guten Gesprächsführung**

- **Strukturierte Gesprächsführung:** Vom Erstkontakt über die Bedarfsanalyse bis zum Abschluss.
- **Nutzenargumentation:** Komplexe Produkte und technische Features in kaufmännischen und emotionalen Nutzen übersetzen.
- **Bedarfserkundung & Fragetechnik:** Kaufmotive bei Investoren, Architekten und Bauherren präzise identifizieren.
- **Verhandlungstaktik:** Konzepte präsentieren, Preisverhandlungen führen, Rabattforderungen abwehren und Abschlussstrategien anwenden.
- **Krisenmanagement:** Professioneller Umgang mit Reklamationen, Eskalationen, harten Interessensgegensätzen, Misserfolg und Ablehnung.

### 03

#### **Strategie, Markt & Organisation**

##### **Der Weg zu den Wettbewerbsvorteilen von morgen.**

- **Buying Center Analyse:** Wer entscheidet wirklich? Strategische Navigation zwischen Bauherrn, Planer und Generalunternehmer.
- **Markt- & Wettbewerb:** Analyse von Regionen, Segmenten und Trends (z. B. modulares Bauen, Digitalisierung).
- **Zielgruppen-Strategie:** Akquise-Pfade für spezifische Kunden (öffentliche Hand, Bauträger, Investoren, Privatkunden...).
- **Interne Schnittstellen:** Erfolgreiches Zusammenspiel zwischen Vertrieb, Kalkulation und Projektleitung (Win-Win-Prozesse).
- **Individueller Vertriebsplan:** Entwicklung einer persönlichen Roadmap für den eigenen Bereich/Region.