7 Schritte zum erfolgreichen Verkaufsabschluß

Walter Eisele: So gewinnen Sie mehr Kunden im Verkaufsgespräch

"Wer nichts zu bieten hat, spricht nur über den Preis!"

Wenn Sie Ihre Kunden begeistern wollen, dann brauchen Sie ein System für professionelles, erfolgreiches Analysieren des Bedarfs, Informieren, Präsentieren und Verkaufen. Nutzen Sie diese 7-Schritte Strategie:

1 Erfragen Sie systematisch mit Hilfe einer Checkliste die Ziele,

Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Kunden. Bereiten Sie hierzu einen kleinen Fragebogen vor, der alle Belange, die im Zusammenhang mit Ihrem Produkt und/oder Ihrer Dienstleistung stehen, aus Sicht des Kunden beleuchtet.

Wer richtig und wirkungsvoll ein Verkaufsgespräch führt, setzt visuelle Verkaufshilfen ein. Die Problemlösung, Alleinstellungs-Merkmale und der Nutzen stehen im Vordergrund ... und nicht der Preis!

Die optimale Verkaufshilfe:

Tisch-Flip-Charts von Schönherr! Damit können Sie Ihr Unternehmen und die Vorteile Ihrer Produkte und Dienstleistungen professionell visualisieren und gehirngerecht präsentieren.

Geben Sie 110% Ihres Könnens bei der Ausarbeitung des schriftlichen Angebots. Ihr Know-how sowie das Wissen über die Bedürfnisse des Kunden sind der



Tisch-Flip-Charts sind die entscheidenden visuellen Verkaufshilfen.

Schlüssel zum Auftrag. Hier können Sie sich schon Vorteile gegenüber dem Wettbewerb aufbauen.

Das, was der Kunde im Gespräch an Wünschen geäußert hat, ist seine Idealsituation, die er finanziell nicht immer realisieren kann. Beim Gespräch mit einem Wettbewerber hat er eventuell aufgrund neuer Informationen andere (billigere) Wünsche geäußert. Ihr Angebot sollte deshalb immer eine preiswertere Standard-Variante enthalten. Denn so bleiben Sie stets im Rennen.

5 Schreiben Sie nicht nur den Preis, sondern auch mögliche Folgewirkungen

und Folgekosten eines Produkts oder einer Dienstleistung in das Angebot. So wird dem Kunden klar, daß ein teures Produkt viel preiswerter sein kann.

Beispiel im roten Kasten:

Ihr Autor:

Walter Eisele ist Unternehmensberater für mittelständische Unternehmen.

Spezialgebiet:

Strategieentwicklung. Er trainiert Außendienst-Organisationen und Handelsvertreter für die erfolgreiche Umsetzung von Verkaufsstrategien im Markt.

Kontaktadresse:

Success Service Eisele
Detmolder Str. 240
D-33175 Bad Lippspringe
Tel. (0 52 52) 93 14 42
Fax (0 52 52) 93 14 43

Produkt: **Version A Version B** Version C 5.000,-DM 7.000.- DM 8.500,- DM Folgewirkung: mittlerer bester geringer Wärmeschutz Wärmeschutz Wärmeschutz Folgekosten: 750,- DM pro Jahr 550,- DM pro Jahr 100,- DM pro Jahr

Gehört in ein überzeugendes Angebot: Eine Aufstellung der Folgekosten. So können Sie Kunden leichter überzeugen, ein hochpreisiges Produkt zu wählen.

Tips

Arbeitshilfe: So ist ein überzeugendes Tisch-Flip-Chart aufgebaut

Welche Unterlagen gehören ins Präsentations-Flip-Chart? Nutzen Sie bei der Zusammenstellung Ihrer Tisch-Flip-Charts diese kurze Checkliste:

- O Titel
- visualisierte Problemdarstellung
- ovisualisierte Lösungsvorschläge
- O Darstellung des Nutzens und der Vorteile für den Kunden
- O Garantien
- Referenzen
- O Aufzeigen der Schritte zur Lösung
- O Aufforderung zum Handeln

Extra Tip:

Moderne Tisch-Flip-Charts gibt es auch in Form einer edlen Mappe mit integriertem Tragegriff. Das sieht nicht nur gut aus — es ist auch besonders praktisch, wenn Sie viel unterwegs sind (mehr Infos im aktuellen Schönherr-Katalog).



Fortsetzung von Seite 4

Das Angebot muß dem Kunden den Weg zeigen, was seine nächsten Schritte zur Lösung sind. Zeigen Sie ihm klar, wer, was und wann genau zu tun hat.

Binden Sie Ihre Angebote oder benutzen Sie eine Präsentations-Mappe, damit es einen guten Eindruck macht. Überreichen Sie Ihr Angebot möglichst persönlich, damit Sie Erläuterungen machen können und die Reaktion des Kunden erleben.

Fazit:

Über 80 % der Entscheidungen werden nach Gefühl getroffen. Wenn Sie nach der 7-Schritte-Strategie vorgehen, hinterlassen Sie in allen Phasen des Verkaufsprozesses ein gutes Gefühl beim Kunden, Sie begeistern ihn und werden den Auftrag erhalten!



Profi-Tip: Überreichen Sie Ihre Angebote nur gebunden und möglichst immer persönlich!

News

Weiterbildungs-Tip: **Erfolg mit System**

Kennen Sie dieses Problem bei Weiterbildungs-Seminaren: Das Seminar ist gut, aber es vermittelt nur Wissen und Fähigkeiten in einem engen Bereich. Die Umsetzung im Unternehmens-Alltag fällt schwer, Erfolge bleiben aus, weil nicht alle Prozesse in einem Unternehmen berücksichtigt und optimiert werden. Deshalb bieten fortschrittliche Trainer und Berater heute verstärkt Erfolgs-Systeme für alle entscheidenden Unternehmensbereiche an: Seminare und Trainings-Einheiten, die aufeinander abgestimmt sind und die Gesamtheit des Unternehmens im Auge haben.

So zum Beispiel Roland Arndts Unternehmens-Kultur, dessen Angebot 5 Bereiche umfaßt: 1. Durch Zeitmanagement Streß abbauen, 2. Richtige Kommunikation: Das Telefon als Erfolgs-Instrument, 3. Motivation und Führung, 4. Kunden-Orientierung für Kunden-Bindung und 5. Erfolgreicher im Team.

Eine ausführliche Darstellung dieses Ansatzes, zusammen mit wertvollen Tips zur Umsetzung können Sie jetzt kostenlos anfordern bei:

Roland Arndt Unternehmens-Kultur Fliederbusch 22 23843 Bad Oldesloe Tel. (04531)67175 Fax (04531)67279 www.roland-arndt.de

So fahren Sie den "Blitzern" aus dem Wea

Jetzt aibt es eine Internet-Adresse, die Schluß macht mit lästigen Bußgeldern. Informieren Sie sich einfach vor Ihrer Abfahrt. wo sich in Ihrer Stadt die Ordnungshüter mit den lästigen Blitzgeräten verstecken. Da freut sich Ihr Geldbeutel bestimmt!

www.radarfalle.de

Extra

7 goldene Regeln der Kundenbindung

Vom Erfolgs-Autor Gerhard Kirchner

Regel 1: Kundenbindung setzt bereits bei der Neukundenwerbung ein. Schon dort müssen Sie die Vorteile der Stammkundschaft "mitverkaufen".

Regel 2: Die heiße Phase der Kundenbindung beginnt mit dem ersten Auftrag, dem Kauf, dem Abschluß. Sie müssen dem Kunden klarmachen, daß er bei Ihnen an der richtigen Stelle ist. Sie müssen sich bedanken. Sie müssen die nächsten Abschlüsse und die nächsten Käufe vorbereiten.

Regel 3: Zur wichtigsten Voraussetzung für die Kundenbindungs-Aktivitäten gehört der Aufbau einer Kundendatei, einer sogenannten Database nach Datenbankregeln. Dort werden alle Merkmale rund um einen Kunden gespeichert, die abschlußrelevant sein können. Also alle Daten rund um die Adresse und um seine Person herum bzw. bei Firmenkunden um Unternehmen und um die Entscheider herum.

Vor allem aber gehören die Kaufdaten gespeichert, damit Sie die Qualität des jeweiligen Kunden beurteilen können.

Regel 4: Teilen Sie die Kundschaft streng nach der Qualität ein. Dem besten Kunden (dem A-Kunden) stehen am meisten an Betreuung und Werbung zu, es folgen die B- und C-Kunden, dann die inaktiven Kunden - und dann erst die Neukunden.

Regel 5: Verwenden Sie Ihr Werbebudget (Ausnahme vielleicht in der Aufbauphase) überwiegend zur Bindung der bestehenden Kunden, deutlich weniger für Neukundenwerbung.

Regel 6: Befragen Sie Ihre Kunden, ob sie mit der Betreuung zufrieden sind, wo die Stärken und wo die Schwächen liegen. Fragen Sie vor allem,

- ob die Werbung und die Produkt-Informationen verständlich sind,
- ob sie verbessert werden sollten,
- ob die Kundendienstmitarbeiter freundlich und zuvorkommend beurteilt werden können.

Regel 7: Beurteilen Sie Ihre Kundenbindungs-Aktivitäten so, als wären Sie an der Stelle eines guten Kunden. Würden Sie treu bleiben? Würden Sie erneut kaufen oder erneut bestellen?

Autor: Dipl.-Kfm. Gerhard Kirchner, Direktmarketing- und Versandhandels-Beratung, Hirsauer Straße 135, 75180 Pforzheim