

Der

Verkaufsprofi

höhere Umsätze • bessere Rendite • größeres Wachstum

Zeigen Sie Stil



*Liebe Leserin,
lieber Leser,*

geht ein Mann einer Dame voran, wenn beide eine Treppe hinuntergehen? Und wie ist es auf dem Weg hinauf? Richtig, der Mann geht immer unten, um die Dame gegebenenfalls aufzufangen. An dieser Regel hat sich nichts geändert. Wird ein Herr einer Dame zuerst vorgestellt? Im gesellschaftlichen Rahmen ja. Aber wie ist es im Business? An den Etiketteregeln hat sich einiges geändert in den letzten Jahren. Kaum noch jemand ist da im Bilde. Und grundsätzlich stellt sich die Frage, wie wichtig Etikette heute noch ist.

Doch gerade weil viele heute nicht mehr genau wissen, was sich gehört, können Sie Punkte sammeln, wenn Sie sich im Kundentermin oder beim Geschäftsessen korrekt benehmen können. Lesen Sie auf Seite 8, welche Regeln Sie im Business beachten müssen.

Und ganz ehrlich, auch wenn wir Frauen heute viel emanzipierter sind also unsere Mütter und Großmütter, die meisten von uns mögen immer noch aufmerksame und höfliche Herren und lassen uns gerne in den Mantel helfen.

Viel Erfolg beim Umsetzen der Tipps wünscht Ihnen Ihre

Franziska Brandt-Biesler

Franziska Brandt-Biesler

Franziska Brandt-Biesler hat selbst lange Vertriebs Erfahrung gesammelt, bevor sie selbstständige Verkaufstrainerin wurde. Heute berät sie Führungskräfte bei der Optimierung des Vertriebs und führt Verkaufs- und Verhandlungseminare durch. Im Berufsverband der Verkaufsförderer und Trainer engagiert sie sich in der Fachgruppe Verkauf.

ONLINE

Nutzen Sie Ihr Internet-Archiv:
www.der-verkaufsprofi.com

Zugangsdaten

Benutzername: verkaufsprofi

Passwort: etikette

Vertriebscontrolling

Das neue Hardselling: Verkaufen Sie schnell und zielgerichtet

Geschäftsleute haben immer weniger Zeit mit Verkäufern zu verhandeln. Um als Anbieter trotzdem gute Gespräche zu führen, sind heute ganz andere Verkaufsfähigkeiten gefragt, als vor 20 Jahren.

In den 70er Jahren war Hardselling modern. Verkäufer lernten um jeden Preis zu verkaufen. Sie verfuhrten nach dem „AUA“-Prinzip: Anhauen, Umhauen, Abhauen. Dieser Zeit hat der Verkauf bis heute ein schlechtes Image zu verdanken. Als Gegenreaktion darauf entstand in den 80er Jahren der Beratungsverkauf. Kunden wurden umfassend über die Produkte informiert, durften aber auf keinen Fall zum Kauf gedrängt werden. Oft standen Sie am Ende mit ihrer Entscheidung alleine.

Aus den Vorteilen beider Verkaufsansätze ist das neue Hardselling entstanden: Zielgerichtet und zügig verkaufen mit dem Ziel langfristiger und solider Kunden-Verkäufer-Beziehungen.

Schreiben Sie „Verkäufer“ auf Ihre Visitenkarte

Der erste Schritt dahin ist, das Verkaufen auch wieder so zu nennen. Firmen, die Vertriebsrepräsentant, Gebietsleiter oder Berater auf die Visitenkarten Ihrer Mitarbeiter schreiben, verschleiern nicht nur vor Ihren Kunden, worum es geht.



Verkaufen heißt Verkaufen

Sie verstecken oft sogar sich selbst hinter so einer Bezeichnung. Stellen Sie durch Ihr Auftreten und Ihre Stel-

lenbezeichnung klar: „Ja, Herr Kunde, ich bin hier, weil ich Ihnen etwas verkaufen will.“

Kommen Sie beim Kunden auf den Punkt

Wenn Ihnen und Ihrem Kunden klar ist, dass Sie Verkäufer sind, gelingt es Ihnen auch geradliniger auf den Punkt zu kommen. Viele Kunden gewähren Ihnen heute nur noch eine Dreiviertelstunde für ein erstes Gespräch. Dadurch müssen Sie sehr effizient vorgehen. Wenn vom Kunden nicht ausdrücklich initiiert, verzichten Sie lieber auf den Smalltalk, um schneller auf das eigentliche Thema zu kommen.

Um die Zeit gut zu nutzen, müssen Sie eine gute Bedarfsermittlung machen. Schließlich haben Sie keine Zeit, durch Argumente, die den Kunden nicht interessieren, lange im Dunkeln zu stochern. Schließlich gehört zum neuen Hardselling auch den Kunden gezielt zum Abschluss zu führen. Viele Verkäufer trauen sich nicht, die Abschlussfrage zu stellen, weil sie Angst vor dem „Nein“ haben. In meiner Definition heißt „Nein“ aber lediglich:

- Noch
- Ein
- Impuls
- Notwendig

>> Fortsetzung auf Seite 2 >>

AUS DEM INHALT

Technik	3	Vertriebsstrategie	7
Mit diesen mobilen Webseiten sind Sie unterwegs immer auf dem Laufenden		Nutzen Sie Hausmessen als kostengünstige Alternative zu teuren Messeauftritten	
Verkaufsorganisation	4	Verkaufstraining	8
„Guten Tag Herr Chang“ – So bereiten Sie sich auf internationale Kunden vor		Stilvoll und sicher: Was Sie über Business-Etikette wissen sollten	
Verkaufsorganisation	6		
Wie Sie mit E-Meetings Zeit und Geld sparen			

Vertriebscontrolling

>> Fortsetzung von Seite 1 >>

Trauen Sie sich also zu fragen: „Kommen wir ins Geschäft?“

Sehr mutige Verkäufer arbeiten allerdings schon früher auf den Abschluss hin.

So bereiten Sie den Abschluss vor

Fragen Sie bereits zu Beginn des Gesprächs:

„Angenommen Sie stellen fest, dass wir genau die richtige EDV-Anlage für Sie haben, habe ich Sie dann als Kunden gewonnen?“

Gewinnen Sie die Einstellung eines Top-Verkäufers

Ich habe viele Untersuchungen darüber angestellt, was den Unterschied zwischen mittelmäßigen und Top-Verkäufern ausmacht. Der wesentliche Unterschied liegt in der **Einstellung**. Diese können Sie sich aneignen. Arbeiten Sie an den 5 Erfolgsfaktoren:

1. Seien Sie optimistisch

Damit ist nicht ein ständiger **Optimismus** gemeint, der keinerlei Traurigkeit oder schlechte Stimmung zulässt. Es ist natürlich, dass Sie sich ärgern, wenn sie ein gutes Geschäft an einen Wettbewerber verloren haben.

Optimismus bedeutet in dieser Situation: Schnell wieder auf die Füße zu kommen und mit einer positiven Einstellung weiterzuarbeiten. Machen Sie aus einer negativen Situation kein „**Lebensmotto**“, indem Sie sich sagen: „Es läuft alles schlecht bei mir, ich schaffe es einfach nicht. Ich stecke im Loch.“ Entlasten Sie sich lieber: „Okay, das ist jetzt passiert. Niederlagen gehören dazu. Was kann ich nächstes Mal tun, um ein besseres Ergebnis zu erzielen?“

2. Haben Sie Spaß

Nicht nur erfolgreiche Verkäufer, sondern alle überdurchschnittlich erfolgreichen Menschen haben Spaß an dem, was sie tun. Denken Sie zum Beispiel an Michael Schumacher. Obwohl er bereits sieben Mal Formel 1 Weltmeister geworden war, fuhr er bis zum Schluss mit **vollem Engagement**. Als erfolgreichster Formel 1 Fahrer aller Zeiten hätte er das eigentlich nicht mehr nötig

gehabt. Aber Schumacher hatte einfach Spaß am Fahren und Siegen.

Top-Verkäufern geht das genauso. Sie verkaufen gerne und genießen den unmittelbar messbaren Erfolg, den ein Geschäftsabschluss bedeutet.

Fragen Sie sich: „Was ist es, das mir am Verkaufen so richtig Spaß macht und mit dem ich mich immer wieder motivieren kann, um mit einem **Lächeln** in den Tag zu starten?“

3. Legen Sie Ihren Fokus auf Verkauf

Erfolgreiche Verkäufer sind ständig darauf konzentriert zu verkaufen. Sie sind in der Lage ihre **Prioritäten** so auszuwählen, dass Sie den größtmöglichen, langfristigen Verkaufserfolg haben. Nehmen Sie sich bei allen Verkaufsaktivitäten immer wieder Zeit zu überlegen:

„Tue ich gerade das Richtige?“

Konzentrieren Sie sich auf Kunden mit Umsatzpotenzial und konkreten **Verkaufschancen**. Und tun Sie alles, um so kompetent zu werden, wie Sie sein müssen, um gut zu verkaufen.

4. Betreiben Sie Erfolgsmodellierung

Orientieren Sie sich immer wieder an den **Besten**.

- Was machen die Sieger, um so erfolgreich zu sein?

- Wie organisieren diese sich?

- Zu welchen Kunden gehen Sie?

- Wie führen sie dort die Gespräche?

Verkaufsteams sind dann erfolgreich, wenn Sie sich oft austauschen und voneinander lernen. Als Verkaufsleiter sollten Sie dafür **Gelegenheiten** schaffen. Das können Seminare oder speziell dafür reservierte Verkaufsm Meetings sein.

5. Definieren Sie Ihre Ziele

Motiviert, optimistisch und fokussiert zu sein, ist leicht, wenn Sie genau wissen, wofür Sie es tun. Formulieren Sie Ziele für die 5 **Lebensbereiche**:

- Job
- Finanzen
- Partnerschaft
- Gesundheit
- soziales Umfeld

Achten Sie darauf, dass diese Lebensbereiche **ausbalanciert** sind. Wenn Sie viel Zeit und Energie in Ihre Arbeit investieren, weil Sie in Zukunft finanziellen Wohlstand erreichen wollen, kommen Partnerschaft und soziales Umfeld vielleicht zu kurz. Damit werden Sie

sich auf Dauer nicht wohlfühlen und irgendwann Ihren Job als Belastung empfinden. Wenn aber alle Bereiche gut ausbalanciert sind, werden Ihre Ziele Sie motivieren.



Experten-Rat

Formulieren Sie Ihre Ziele, als hätten Sie sie bereits erreicht („Ich habe einen Jahresumsatz von 5,5 Millionen € erreicht.“).

Stellen Sie sich dieses „bereits erreichte“ Ziel so bildlich wie möglich vor. Damit tricksen Sie Ihr Unterbewusstsein aus und spüren heute bereits die positive Stimmung, die durch den Erfolg entsteht. Diese Stimmung hilft Ihnen bei der Umsetzung Ihrer Ziele.

Wenn Sie Ihre Ziele genau definiert haben, müssen Sie sich überlegen, wie Sie **vorgehen** wollen. Für Ihren Erfolg müssen Sie auch etwas tun.

Machen Sie es wie ein **Bauer**: Der muss erst pflügen, säen und sein Feld pflegen, bevor er nach einer gewissen Wartezeit ernten kann. Arbeiten auch Sie zielstrebig und systematisch an der Erreichung Ihrer Ziele.

4 Erfolgsrezepte für Sieger

- Kleiden Sie sich gepflegt und immer **einen Tick besser** als der Kunde.
- Erfüllen Sie die **Erwartungen** des Kunden an Ihre Erscheinung. Auch wenn Sie beispielsweise an Landwirte verkaufen, müssen Sie als Banker im Anzug auftreten.
- Werden Sie **selbstbewusst**. Sie sind als Verkäufer genau so wichtig wie der Kunde: Der Kunde braucht etwas von Ihnen, auch wenn er das vielleicht noch nicht weiß.
- Entwickeln Sie **Stolz**. Signalisieren Sie auch mal ganz klar: „Zu diesem Preis macht mir das Geschäft keinen Spaß.“



Autor: Martin Limbeck zählt zu den Spitzenverkaufstrainern und gilt als der Hardselling-Experte in Deutschland. Kontakt: motivation@ml-trainings.de