



Kunden Finden - Kunden Binden

Professionalität im Verkaufsgespräch

3. März 2016

10:00 Uhr

3 Themenschwerpunkte

Grundlagen

Zielgruppe, Kunde, USP

AIDA

PPPP

Maslov

Small Talk

Elevator Pitch

Verkauf

Kunden-Gewinnung

Systematik

Verkaufs-Gespräch

BBAA, AMA

Gesprächs- / Telefon-Leitfaden

Einwand - Vorwand

Verabschiedung

Fragen und weiterführendes

und mehr

Netzwerke

Kommunikation

Social Media

Auftritt

Wert und Marktwert

Motivation

Diversity

Ziel Gruppe



Im B2C-Markt

- **Demographisch**
 - Alter, Geschlecht, Familienstand, ...
- **Sozioökonomisch**
 - Bildung, Einkommen, Beruf, ...
- **Psychographisch**
 - Einstellung, Motivation, Meinung, ...
- **Kaufverhalten**
 - Preis-Sensibilität, ...

Im B2B-Markt

- **Organisatorisch**
 - Unternehmensgröße, Marktanteil, ...
- **Ökonomisch**
 - Liquidität, ...
- **Kaufverhalten**
 - Lieferantentreue, Innovationsfreudigkeit, ...
- **bei Entscheidern persönliche Merkmale**
 - Innovativ, Zeitdruck, ...

So unterscheiden wir uns

■ Alleinstellungs- Merkmal

- „Herausragendes“
Leistungsmerkmal

■ POD

- Point Of Difference

■ USP

- Unique Selling Proposition
- Unique Selling Point

■ Fragen

- Ist mein USP einzigartig
- Was haben andere auch
- Was ist Standard
- Wie sieht der Kunde die
Unterschiede
- Wie wichtig sind dem Kunden die
Unterschiede

■ Aus Kundensicht

- Im Nutzen, nicht im Merkmal liegt
die Chance

PPPP - Die 4 P

- **P Pride**
 - Stolz, Image, Bewunderung
- **P Profit**
 - Profit, Wohlstand, Geld-Gewinn, Zeit-Gewinn
- **P Pleasure**
 - Freude, Spass, Genuss, Vergnügen
- **P Peace**
 - Ruhe, Zufriedenheit, Sicherheit

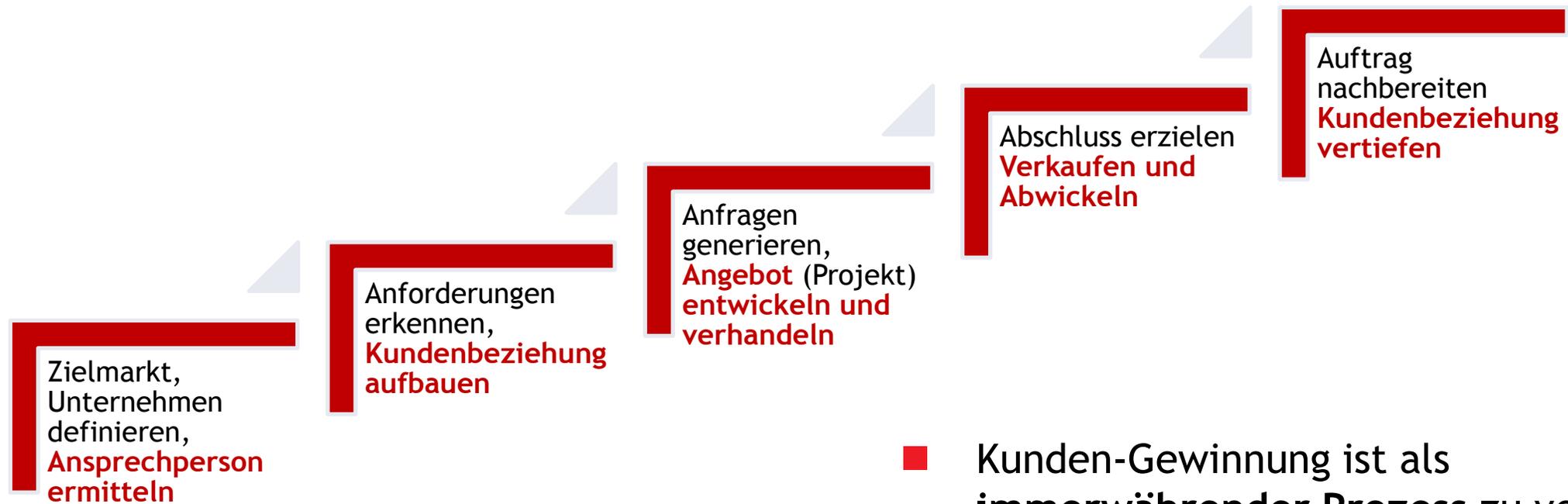
Welches dieser vier Grundbedürfnisse Vorrang hat ist sowohl

- Zielgruppen-abhängig
- als auch
- von der Situation abhängig!



*Der Wurm muss dem
Fisch schmecken,
nicht dem Fischer*

Kunden-Gewinnung



- Kunden-Gewinnung ist als immerwährender Prozess zu verstehen
- Durch dieses systematische Vorgehen entstehen aus **Kunden → Stamm-Kunden**

Verkaufsgespräch - BBAA-Methodik

Beachten & Kontakt - Bedarfs-Analyse - Angebot - Abschluss



- Vorbereitungs-Phase
 - Vor dem Kunden-Gespräch!
- Gesprächs-Eröffnung • **BBAA**
 - SmallTalk, Elevator-Pitch
- Informations-Phase • **BBAA**
 - Fragen stellen, zuhören
- Präsentations-Phase • **BBAA**
 - AIDA, USP
- Abschluss, Verkauf • **BBAA**
 - Auch Lieferung, Nachbereitung

BBAA - Methodik



- **B**eachtung und Kontakt
 - Mit Small-Talk:
Bedürfnisse erheben
 - Im Elevator-Pitch:
Nutzen aufzeigen

BBAA - Methodik



- **B**eachtung und Kontakt
 - Mit Small-Talk:
Bedürfnisse erheben
 - Im Elevator-Pitch:
Nutzen aufzeigen
- **B**edarfsanalyse
 - Offene W-Fragen stellen:
 - Was, Wer, Wo, Wann, Wie,
Warum, ...
 - Alternativ-Fragen stellen:
 - keine Ja/Nein-Fragen!

BBAA - Methodik



■ **B**eachtung und Kontakt

- Mit Small-Talk:
Bedürfnisse erheben
- Im Elevator-Pitch:
Nutzen aufzeigen

■ **B**edarfsanalyse

- Offene W-Fragen stellen:
 - Was, Wer, Wo, Wann, Wie, Warum, ...
- Alternativ-Fragen stellen:
 - keine Ja/Nein-Fragen!

■ **A**ngebot

- Konkrete Produkte
- Finanzierungs-Möglichkeiten
- Konkrete Informationen

BBAA - Methodik



■ **B**eachtung und Kontakt

- Mit Small-Talk:
Bedürfnisse erheben
- Im Elevator-Pitch:
Nutzen aufzeigen

■ **B**edarfsanalyse

- Offene W-Fragen stellen:
 - Was, Wer, Wo, Wann, Wie, Warum, ...
- Alternativ-Fragen stellen:
 - keine Ja/Nein-Fragen!

■ **A**ngebot

- Konkrete Produkte
- Finanzierungs-Möglichkeiten
- Konkrete Informationen

■ **A**bschluss

- Kauf-Signale beachten!
- Nutzen zusammenfassen
- Weitere Schritte vorschlagen
- Einverständnis einholen

Einwand - Vorwand - Behandlung

■ Einwand - ich will, habe noch Bedenken

- **Ist verhandelbar!**
- Klares Kaufsignal
- Bedenken hinterfragen

■ Vorwand - ich will nicht, möchte es nicht direkt sagen

- **Ist NICHT verhandelbar!**
- Es passt etwas (z.B. am sekundären Nutzen) nicht
- „Verabschiedung“ ... manchmal ist es besser einfach zu gehen

Erfolgsfaktoren

- **Erfolgreich Netzwerken**
 - Welche Netzwerke
 - Vorbereitungs auf Netzwerktreffen
- **Erfolgreiche Kommunikation**
 - Was sage ich, ... und wie
 - Richtig telefonieren
 - Authentizität
- **Erfolgreiche Präsentationstechnik**
 - Brief - Mail - Folder - Präsentation
 - Visuelle - Akustische - Kinästhetische Zugänge
- **Diversity & Co**
 - Migrationsgruppen - kulturelle Unterschiede
 - (Corporate) Social Responsibility...



Abschluss-Tipps

- E** **einfach**
- Gesagtes ist sofort klar
- R** **relevant**
- Es ist wichtig für Kunde
- F** **freundlich**
- Positive Worte, Sätze
- O** **originell**
- Neue Aspekte
- L** **leicht verständlich**
- In Kunden-Sprache
- G** **glaubwürdig**
- Authentisch bleiben

Beachten Sie vor Allem

- Verbale und nonverbale Kaufsignale



Viel Erfolg!

„Denke wie ein Weiser, aber kommuniziere in der Sprache des Volkes.“

(William Butler Yeats 1865-1939, irischer Poet)

- Weiterführende Workshops
- Auf Ihr Unternehmen ausgerichtete Coachings
- Experten für Ihren Erfolg
- Dies und vieles mehr bietet die Wirtschaftskammer

Nicht zögern - gleich Fragen - es geht um Ihren Erfolg!



Dr. Kasia Greco

0664 5048971

kasia.greco@kgkg.at

www.kgkg.at



Ing. Karin Gerbrich

0676 6920430

karin.gerbrich@kgkg.at

www.kgkg.at