



Der Kopf denkt. Der Bauch kauft!

Aus einem TELOS-Training

Foto: Dr. E. Teutsch – 07376

Optimale
Kunden-Erstkontakte!

Lernthema 21: Verkauf – Band 03



Vorausgeschickt

Optimale Kunden-Erstkontakte	3
Beim Start gewinnen!	5
1. Start-Interesse gewinnt!	5
2. Ich bin anders!	7
3. Hören statt reden!.....	10
4. Erfahrung gewinnt!	13
5. Rundum-Berater!	15
6. Signale nutzen!	17
7. Anlass nutzen!.....	19
8. Positive Start-Sätze.....	21
9. Vor-Wissen ist Macht!	24
10. Der Name als roter Teppich!	27
11. Gemeinsam gewinnen!.....	30
12. Bescheidenheit siegt!	33
Der Verkaufsfaktor Mensch!	36

Ein Arbeitsbuch aus unserer Reihe "Homelearning":
<http://www.telos-training.com/ueber-uns/publikationen/homelearning>



Urheberrechte

Titel, Texte, Inhalte und Ideen dieser und aller anderen verteilten Unterlagen sind ausschließlich der persönlichen und privaten Nutzung der einzelnen Empfänger vorbehalten und dürfen keinen anderen Personen zugänglich gemacht werden. Kopieren, Veröffentlichung und anderweitige Nutzung – auch auszugsweise – ist ausdrücklich untersagt. Alle Rechte liegen, soweit nicht anders vermerkt, bei TELOS. Bilder: © Dr. Teutsch, Bozen. Alle Informationen und Daten haben lediglich Beispielcharakter, alle Angaben erfolgen ohne Gewähr.

Der Autor

Dr. Elmar Teutsch. Wirtschaftspsychologe, Psychotherapeut, Unternehmenscoach. Gründer von TELOS - Institut für Psychologie & Wirtschaft. Berater und Trainer für Weiterbildung, Organisations- und Personalentwicklung in namhaften Unternehmen und Organisationen. Experimentelle Psychologie bei Ivo Kohler und Skinner, USA, Kommunikationspsychologie bei Reinhard Tausch, Hamburg, Integrative Gestalt-Körper-Therapie bei Leland Johnson, Gestalt-Institute of Houston, Psychotrauma-Therapie und EMDR nach Francine Shapiro, USA. Zahlreiche Beiträge in Büchern, Fachzeitschriften, Radio und Fernsehen. Feste Rubriken in mehreren Zeitschriften und eigene Sendereihen bei der Radio Televisione Italiana und in weiteren Sendeanstalten. Eingetragen in der österreichischen und italienischen Psychologenkammer, im Therapeutenalbum und in der Journalistenkammer. Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Kommunikationsforschung. Seminarleiter für den World Council for Psychotherapy und Universitätslehrbeauftragter

Hinweis

Da die jeweiligen Beiträge auf einen sehr knappen Platz zugeschnitten sind, können die Themen nur stark vereinfacht dargestellt werden. Die gebührende Ausführlichkeit und wissenschaftliche Genauigkeit muss daher zwangsläufig der Darstellungsform weichen. Unser Angebot richtet sich auch aus diesen Gründen ausschließlich an physisch wie psychisch gesunde Menschen. Als Hörer / Empfänger dieser Unterlagen handeln Sie ausschließlich in völliger Eigenverantwortung: Sie sind für alle Ihre Handlungen zu jeder Zeit selbst verantwortlich und werden frei entscheiden, ob und wie Sie an den jeweils vorgeschlagenen Übungseinheiten mitmachen und ob und welche Teile der Inhalte Sie wie aufnehmen. Tonbeiträge wie Unterlagen stellen weder psychologische Beratung noch Psychotherapie dar und können eine solche auch nicht ersetzen: wenn Sie öfters oder längerfristig an psychischen Problemen oder Störungen leiden, oder das Gefühl haben, professionelle Hilfe zu benötigen, wenden Sie sich bitte an einen Psychologen / Psychotherapeuten.

Kontakt

TELOS
Institut für Psychologie & Wirtschaft
I-39100 Bozen, Brennerstraße 43
Tel.: 0471 3015 77
info@telos-Training.com
www.telos-training.com



Optimale Kunden-Erstkontakte



Foto: Dr. E. Teutsch – 2210

Wie gehen wir auf Menschen zu? Schon der erste Kontakt ist entscheidend und zwar gerade der!
Aus einem TELOS-Seminar am Gardasee

Verkauf heißt Kontakt.

Verkauf ist Kontakt. Kontakt muss irgendwie beginnen. Und schon vom ersten Moment an, stellen wir die Weichen, wie der Kundenkontakt ablaufen wird. Erst recht ein Grund, sich auf diesen Erstkontakt gut vorzubereiten. In diesem Arbeitsbuch finden Sie nützliche Zusatzinfos zum Thema Erstkontakt. Sie stammen aus unserer Reihe "Homelearning" und wir haben sie erstellt auf der Grundlage von zahlreichen, langjährigen Erfahrungen mit dem Thema Kundenkontakte.

Doch das Wichtigste dieses Arbeitsbuches sind die leeren Zeilen: denn dort sammeln Sie Ihre eigenen Erfahrungen!

Sie kennen sich aus, Sie haben Fantasie: basteln Sie sich Ihren persönlichen „Schwindelzettel“, wobei es – anders als damals in der Schule – nicht ums Schwindeln geht, sondern um Ihr Lernprogramm und um Ihr besseres Gedächtnis. Sammeln Sie hier Ihre ganz persönlichen Hilfen, Tricks und Techniken und erweitern Sie damit ständig Ihr Know-how im Kundenkontakt.

Der Kopf denkt, der Bauch entscheidet.

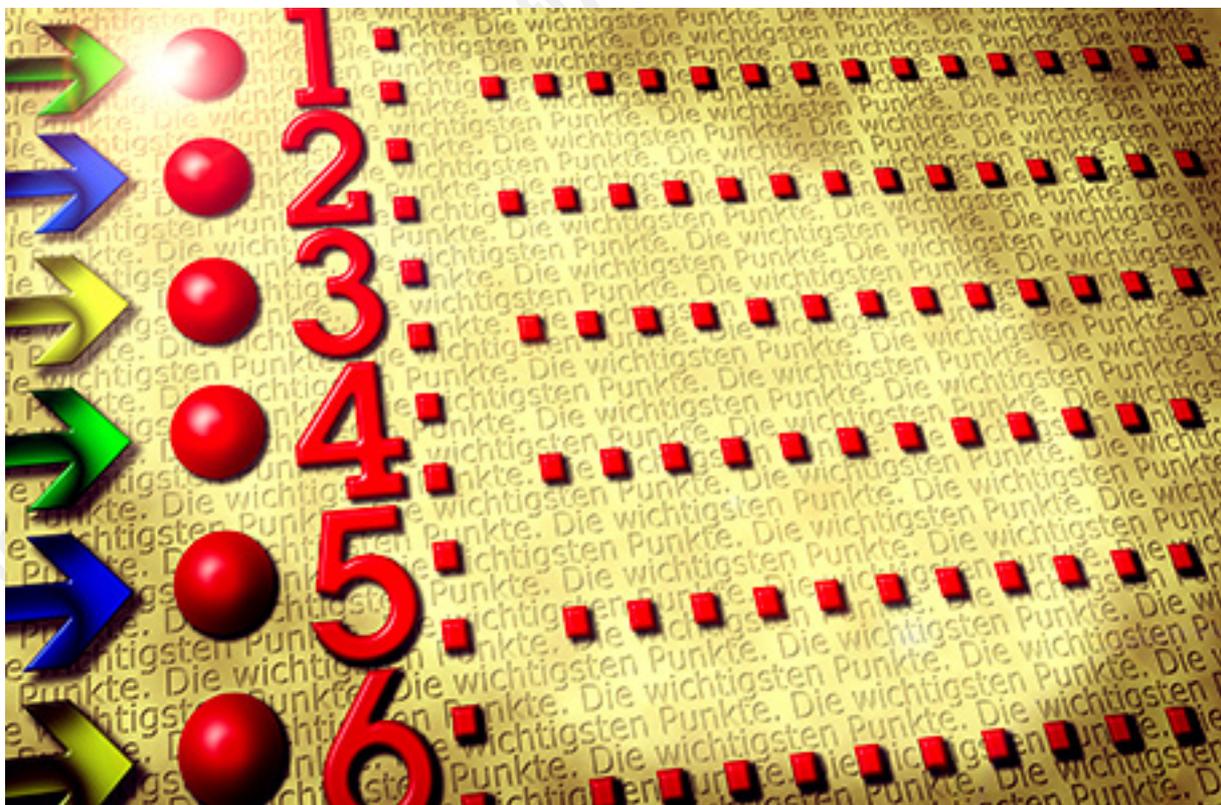
Vom Spontankauf (z.B. eine neue Bluse) bis zu vermeintlich rationalen, vernünftigen, nötigen Anschaffungen (z.B.: ein neues Auto, ein Gerät für den Betrieb...) gewinnt immer das Gefühl, nicht das Hirn. Sogar im Business-to-Business-Geschäft entscheiden in der Regel emotionale Gesichtspunkte und weniger sachliche. Sieger sind also die so genannten „Bauch-über-Kopf-Aspekte“: der Kopf denkt, doch der Bauch entscheidet.

12 Tipps, 12 Übungen!

Auf den nächsten Seiten finden Sie 12 Punkte, wie Sie mit der Kraft der Emotionen und mit Ihren Fähigkeiten als Verkäufer einen positiven Ersteindruck machen. Und Sie finden viel Platz, um Ihre Erfahrungen zu sammeln und Ihre jeweilige Erfolgsstrategie zu notieren.

Wir wünschen Ihnen Freude beim Lesen und Kreativität beim Ausarbeiten!

So, und nun geht's los! Viel Erfolg!



12 nützliche Punkte für positive Kundenkontakte ...

Aus unserem Symbolalbum

Beim Start gewinnen!



Foto: Dr. E. Teutsch – B3749c

Wie starte ich am besten?

Schnappschuss aus einem TELOS-Training

1. Start-Interesse gewinnt!

Ihr erstes Ziel haben Sie schon erreicht, wenn Sie bei Ihrem Gesprächspartner ein Anfangsinteresse geweckt haben, wenn er Ihnen nicht ablehnend gegenüber steht, sondern einem Gefühl von Interesse. Denn das fördert sein grundsätzliches Wohlwollen und seine Aufmerksamkeit.

Sehr hilfreich sind dabei sinnvolle Einstiegs-Sätze, die Ihren potentiellen Kunden durch Formulierung und Inhalt ins Überlegen bringen, ihn „aufwecken“. Beispiel gefällig?

„Ich soll Ihnen einen schönen Gruß von Frau/Herrn XXX ausrichten.“

Damit sprechen Sie etwas „Gemeinsames“ an, etwas Vertrautes. Die genannte Person taucht gedanklich bei Ihrem Kunden auf und hilft Ihnen zu einem guten Start.

Der Gedanke fühlt und das Gefühl denkt.

Miguel de Unamuno y Yugo (1864 - 1936),
spanischer Philosoph, Dichter und Essayist



Foto: Dr. E. Teutsch – P1050423nmd

Anders sein, einzigartig sein!

Schnappschuss aus einem TELOS-Seminar

2. Ich bin anders!

Tun Sie alles, nur nicht das selbe wie alle anderen. Oder haben sie den Begrüßungssatz

„Wie geht es Ihnen?“

etwa noch nie gehört? Oder kommt Ihnen der ausgelutschte Start-Satz über das Wetter besonders originell vor?

Sicher, Wetter gibt es immer irgend eines. Doch reicht das wirklich, um eindeutig und unverwechselbar so aufzutreten, dass Sie schon vom ersten Augenblick an als etwas Besonderes wahrgenommen werden?

Unterscheiden Sie sich schon beim Einstieg von anderen, von der Masse! Wie können Sie durch Ihr Verhalten, Ihre Kleidung, Ihr Auftreten, die Art und Weise, wie Sie das Gespräch beginnen schon von Anfang an zeigen, dass Sie anders sind?

**Erfolgreiche Verkäufer sind anders als andere.
Sie sind einzigartig!**

Dr. Elmar Teutsch (* 1949), Südtiroler Wirtschaftspsychologe,
Psychotherapeut und Unternehmenscoach.



2. Ich bin anders: Ihre Unterscheidungsmerkmale

Zeigen Sie, dass Sie **UNVERWECHSELBAR** sind!

Unverwechselbares Auftreten heißt:

Sie gehen auf Ihren Kunden anders zu als alle anderen. Ihre Körperhaltung ist anders, Ihre Stimme, Ihre Kleidung – alles ist unverwechselbar.

Und sogar Ihre Tasche, mit der Sie Ihre Unterlagen mitbringen schaut anders aus, als alle üblichen.

Unverwechselbarer Gesprächsbeginn heißt:

Sie starten NICHT mit üblichen Sätzen, sondern lassen sich was Originelles einfallen. Was genau das sein kann, hängt von Ihrem Kunden ab, von seiner aktuellen Situation, von seiner Umgebung und auch von Ihrer eigenen Persönlichkeit.

Denn nur wenn Ihr Auftreten zu Ihnen passt, wirken Sie authentisch. Und Ihre Sätze werden Ihnen nur geglaubt, wenn Sie nicht einfach auswendig gelernte „Tricks“ sind, sondern wirklich von Ihnen selbst stammen.

Wie zeigen Sie, dass Sie **ANDERS** sind?



Auf der nächsten Seite gehen Ihre Notizen zu den Unterscheidungsmerkmalen weiter!





Wie zeigen Sie, dass Sie **ANDERS** sind?

Handwriting practice lines for the question 'Wie zeigen Sie, dass Sie ANDERS sind?'. Each line is accompanied by a small icon of a hand writing on a notepad.

© telos-training.com Nur für den persönlichen Gebrauch!



Foto: Dr. E. Teutsch – 00153b

Nicht einen großen Mund braucht der Verkäufer, sondern große Ohren!
Schnappschuss aus einem TELOS-Seminar

3. Hören statt reden!

Achten Sie darauf, in der Kennenlernphase eher Ihr Gegenüber sprechen zu lassen. In der Regel sprechen Menschen lieber von sich selbst, als dass sie zuhören, was andere von sich erzählen. Wenn Sie Ihrem Kunden den Raum geben, frei zu sprechen, wirken Sie sympathischer, als wenn Sie andauernd von Ihren wunderbaren Produkten, von Ihren sagenhaften Dienstleistungen und von Ihrer absolut einzigartigen Firma schwärmen.

Lassen Sie besser den Kunden reden. Sie als Verkäufer leben nämlich von Informationen. Und die bekommen Sie nicht, solange Sie selbst reden. Sie kennen die 4 Phasen des Verkaufsgesprächs: nicht nur bei der Bedarfsanalyse, sondern immer wieder im Laufe des Gesprächs sind Sie der „Sammler“.

Aus Ihrem „Sammelkorb“ fischen Sie dann während des Verkaufsgesprächs zur richtigen Zeit das Richtige heraus. Denn so verrät Ihnen Ihr Kunde die besten Verkaufsargumente. Er sagt Ihnen detailliert, WIE Sie ihm WAS und WARUM verkaufen können. Sie brauchen nur genau hinzuhören!

Zuhören überzeugt mehr als argumentieren.
Sprichwort aus Indien



3. Hören statt reden: Ihre Aktivierungsfragen

Fragen, die Gewinn bringen! Sie wissen, es gibt verschiedene Arten, Fragen zu stellen. Die wichtigsten in dieser Phase sind auf jeden Fall die so genannten „Offenen Fragen“. Sie werden auch "W-Fragen" genannt, weil sie oft mit "W" anfangen:

- | | |
|--|--|
| <i>Wie machen Sie das mit ...</i> | <i>Was ist Ihnen besonders wichtig bei ...</i> |
| <i>Wie sind Ihre Erfahrungen mit ...</i> | <i>Warum ...</i> |
| <i>Wo haben Sie ...</i> | <i>Wann ..., seit wann ...</i> |
| <i>Wie funktioniert bisher das ...</i> | <i>Was meinen Sie zu ...</i> |

Trainieren Sie im Alltag, wie Sie von geschlossenen Fragen, die als Antwort nur ein "Ja" oder ein "Nein" auslösen, zu offenen Fragen hin kommen. Und dann überlegen Sie konkret für Ihre Situation, für Ihren Kunden, welche konkrete Fragen Sie stellen können, um Ihren Kunden zum Reden einzuladen.

Welche offene Fragen können Sie stellen, um Ihren Kunden zum Reden einzuladen?

© telos-training.com















Auf der nächsten Seite gehen Ihre Notizen zu den Aktivierungsfragen weiter!





Foto: Dr. E. Teutsch – 03818br

Erfahrungen werden gespeichert und können genutzt werden!
Schnappschuss aus einem TELOS-Seminar in Wien

4. Erfahrung gewinnt!

Kompetenz zeigen!

Stellen Sie gelegentlich gezielte Fach-Fragen, die direkt mit der aktuellen Situation des Kunden zu tun haben. Besonders dann, wenn der Kunde zu erkennen gibt, eine offene Baustelle zu haben. Und erst recht, wenn es um mehrere offene Punkte geht. Bieten Sie dann Ihre Hilfe oder Ihren Rat an. Ihr Partner wird Ihnen da besonders aufmerksam zuhören – und vielleicht sogar dafür dankbar sein.

Erzählen Sie kurz von Ihren Erfahrungen mit anderen, vergleichbaren Fällen (natürlich ohne Kundennamen zu nennen – das ist ein Beweis, wie diskret Sie sind). Damit unterstreichen Sie Ihre Kompetenz und bringen „kostenlos“ Ihre Erfahrung mit ins Gespräch.

**Erfahrung verlangt erst Zeit und Mühe,
doch dann erbringt sie reiche Ernte.**

Mag. Magdalena Gasser, Institutsleitung, Konfliktberaterin, Coach



Grafik: TELOS – wrd266c

Ein Schweizermesser kann mehr als bloß ein bisschen schneiden. Und Sie können mehr, als bloß ein Produkt verkaufen!
Aus unserer Symbol-Bibliothek

5. Rundum-Berater!

Mehr als die aktuelle Frage!

Geben Sie Ihrem Kunden die Gewissheit, dass Sie nicht nur für das gerade aktuelle Projekt oder Problem, sondern auch für dessen tägliche Arbeit eine wertvolle Hilfe sein können. Ihre Verkaufschancen sind größer, je mehr Ihr Kunde Sie als wichtig bei der Unterstützung des Tagesgeschäfts ansieht.

Denn Wirklichkeit sucht Ihr Kunde nicht einfach einen Verkäufer, sondern einen Berater mit fundierten Kenntnissen, der nicht nur das eigene Produkt kennt, sondern über die verschiedenen Situationen und Betriebsabläufe Bescheid weiß.

**Praktisch kann man nur sein,
wenn man ein vielseitiges Wissen besitzt,
welches die Möglichkeit gibt,
in die Angelegenheiten des Lebens
zweckdienlich und mit Nutzen einzugreifen.**
Heribert Rau (1813 - 1876), deutscher Schriftsteller



Lauter Hinweise auf Ihren Kunden!

Aus unserer Symbolbibliothek

Collage: TELOS – 8500

6. Signale nutzen!

Finden Sie einen passenden Gesprächsaufhänger, zum Beispiel einen gefälligen Gegenstand in seinem Arbeitszimmer, um Interesse zu zeigen oder Gemeinsamkeiten zu finden.

- Welche persönlichen Gegenstände sehen Sie? Familienfotos, Souvenirs, Fußballclub-Fahnen, Stammtischabzeichen, Modellautos, Kinderzeichnungen, Club-Embleme (Rotary, Lyons ...), Sport-abzeichen oder Trophäen ...
- Welche sonstigen Hinweise auf Hobbys entdecken Sie?
- Wie schaut sein Schreibtisch aus? Größe, Ordnung, Art ... – das sind alles kostbare Hinweise für Sie, wie Sie diesen Kunden einschätzen können

Alle diese Informationen können Sie nutzen, um jetzt zu zeigen, dass Sie und Ihr Kunden eine gemeinsame Basis haben:

Oh, ich sehe Herr XX, Sie sind auch Jäger (Taucher, Modellbauer, Sportfreund, Tennisspieler ...). Wo ist denn Ihr Revier?

Oh, Herr XX, ist das nicht der neue XX (Ferrari, Cessna, Trainer von, Uhrenkatalog...)? Sind Sie auch Uhrensammler?

Damit sagen Sie: Du Jäger – ich Jäger, wir Brüder, Brüder vertrauen sich. Und so bauen Sie eine gute Start-Plattform!

Das Orakel von Delphi redet in Zeichen.

Heraklit von Ephesus (etwa 540 - 480 v. Chr.), griechischer Philosoph



Foto: Dr. E. Teutsch – B2116d

Was steht wohl Gutes über unsere Kunden in der Zeitung?

Schnappschuss aus einem TELOS-Seminar

7. Anlass nutzen!

Ein schöner Einstieg kann sich auch aus einem günstigen Anlass herleiten. Durchblättern Sie die Zeitung, recherchieren Sie im Internet: positive Meldungen können sehr passende Gesprächsaufhänger sein. Wie wäre es zum Beispiel mit den tollen Zahlen des letzten Quartalberichtes, den Sie einer Wirtschaftszeitung entnommen haben. Oder der Bericht über eine andere aktuelle Erfolgsmeldung des Unternehmens...

Alles ist willkommen, was beim Kunden positive Gefühle auslöst.

Denn das hört Ihr Gesprächspartner vermutlich gerne, das öffnet seine Ohren und sein Herz. Da haben Sie gute Chancen, dass Ihr Partner wohlgesonnen einiges aus seiner Firma erzählen wird. Was tun Sie dabei? Sie hören interessiert zu!

Denn Sie wissen ja: als Verkäufer sind Sie Informationssammler!

Der richtige Anlass gibt Einlass.

Mag. Magdalena Gasser, Institutsleitung, Konfliktberaterin, Coach



7. Anlass nutzen: Ihre Anlässe, Ihre Sätze

Was könnten das für Anlässe sein? Wie lauten Ihre konkreten Sätze dazu?

Anlass:	Mögliche Sätze:
	
	
	
	
	
	
	
	
	
	
	
	
	
	



Die Teilnehmer finden lauter positive Sätze!

Schnappschuss aus einem TELOS-Seminar

Foto: Dr. E. Teutsch – 13881b

8. Positive Start-Sätze

Schon bevor Sie das Büro Ihres Gesprächspartners betreten, haben Sie viele Gelegenheiten, positive Gesprächsaufhänger zu sammeln. Für das Gespräch mit einem Neukunden eignen sich Formulierungen wie:

*„Ich habe bei der Anfahrt gesehen
dass Sie eine neue Lagerhalle errichten.“*

*„Mir fiel der neue Schriftzug auf Ihren Firmenautos auf.
Macht sich gut, Kompliment.“*

*„An der Rezeption habe ich mir Ihre Unternehmensbroschüre
angesehen. Als Marktführer in Ihrem Bereich haben Sie sich
da etwas Tolles einfallen lassen. Eine gelungene Sache!“*

Bitte achten Sie dabei, nicht in billiges Schmeicheln zu kommen: sagen Sie nur Sätze, die Sie selbst glauben. Erwähnenswerte Dinge finden Sie ganz leicht, wenn Sie - statt innerlich herumzumäkeln - Ihre Aufmerksamkeit auf das Positive lenken!

Gute Nachricht findet Einlass

Dr. Elmar Teutsch (* 1949), Südtiroler Wirtschaftspsychologe,
Psychotherapeut und Unternehmenscoach.



8. Positive Start-Sätze: Ihre besten Sätze

Unsere Energie folgt unserer Aufmerksamkeit: Sammeln Sie positive Eindrücke, denn das versetzt Sie selbst in eine positive Stimmung und Ihren Kunden dann auch! Schauen Sie sich um: was gibt es Schönes rings um Sie herum? Die Welt ist voller Schönheit, wenn Sie darauf achten. Was könnten das für Punkte sein? Was könnten Sie sagen? Wie lauten Ihre konkreten Sätze dazu? Hier ein paar Beispiele, wie Sie Ihre Sinnesorgane einsetzen können um positive Impulse wahrzunehmen.

Was können Sie sehen, hören, riechen, schmecken, fühlen?

Schönes sehen?

Zum Beispiel den schönen Baum vor der Einfahrt, den Teppich im Foyer, die Blumen im Vorzimmer, die Sitzgruppe im Wartesaal, die eleganten Computerbildschirme, die neue Architektur, den alten Charme...

Positives hören?

Das Rauschen des Wassers im nahen Fluss, den Wind in den Büschen beim Eingang, das Surren der Maschinen, das Lachen der Hotelgäste, das Gläserklirren im Restaurant, das Plätschern des Zimmerbrunnens, ...

Gutes riechen?

Zum Beispiel in der Schokoladefabrik, im Heustadel, im Sägewerk, der Geruch der Ledercouch...

Erlesenes schmecken?

Zum Beispiel in der Weinkellerei, in der Bäckerei, im Café, am Marktstand, die Getränke oder Kekse bei der Sitzung, den Business-Lunch...

Angenehmes fühlen?

Die Struktur der Holzmöbel in der Tischlerei, die Glätte des Stoffes beim Tapezierer, die Sanftheit der Daunen in der Bettenfabrik...

Auf der nächsten Seite notieren Sie Ihre Start-Sätze





**Was könnten das für Punkte sein?
Wie lauten Ihre konkreten Sätze dazu?**

**Was könnten Sie
SEHEN:**

**Was könnten Sie
SAGEN**

© telos-training.com Nur für den persönlichen Gebrauch!



Statt Papierkörbe zu durchwühlen, suchen Sie effizientere Techniken der Wissensbeschaffung.
Wie wär's mit Internet?
Bild aus unserer Symbolbibliothek

Foto: Dr. E. Teutsch – D4212c

9. Vor-Wissen ist Macht!

Informieren Sie sich diskret über Ihren Gesprächspartner, z.B. bei seiner Mitarbeiterin oder einem gleichrangigen Kollegen. Bringen Sie zum Auftaktgespräch einen sauber ausgeschnittenen Original-Zeitungsartikel mit, der ihn interessieren könnte. Fügen Sie ruhig hinzu, dass Sie bei der Lektüre der Zeitung sofort an ihn gedacht haben. Natürlich können Sie auch (positive!) Berichte aus dem Internet verwenden! Dabei kann es sich ruhig um ein Hobby Ihres Partners oder um einen vermutlich unbekanntem privaten Steuertipp handeln.

Sie werden bald feststellen, dass sich dadurch ganz neue, direktere und persönliche Gesprächsschienen ergeben. Alles, was Sie über Ihren Kunden bereits wissen, hilft 08/15-Floskeln zu vermeiden und erleichtert ein „maßgeschneidertes“ Gespräch

Natürlich dürfen Sie auch was von Ihrem Produkt einstreuen, doch bitte diskret und originell. Denken Sie also an andere Möglichkeiten, etwas zu zeigen, etwa neue Testergebnisse oder ein Gutachten über Ihre Produkte oder Dienstleistungen.

**Die beste Methode, um Informationen zu bekommen,
ist die, selbst welche zu geben.**

Niccoló Machiavelli (1469 - 1527),
italienischer Staatsmann und Schriftsteller



9. Vor-Wissen ist Macht: Ihre Infos, Ihre Sätze!

Ihre Quellen:

Internet-Seite(n)

mit denen sich der Kunde präsentiert

Web-Infos aus anderen Quellen

Verband, Tourismusinfo, Branchenrubriken ...

Freizeitvereine

die über ihre Mitglieder berichten ...

Nachrichten von Sportclubs

Golf, Fußball, Tennis ...

Werbung und PR-Aktionen

Plakate, anzeigen, Funkspots, TV-Spots, Internet-Werbung, Social Media usw. die der Kunde schaltet / geschaltet hat ...

Zeitungsartikel, Berichte

Die über den Kunden erschienen sind ...

Lokalausweis

Per Webcam, Vor-Besuch usw.

Ihre Sätze:

Ich habe gesehen, dass xxx, wie sind Sie xxx?

Ich habe gelesen, dass Sie ...

Beim Herfahren habe ich bemerkt, dass Sie der größte ...

Bei der Nachricht xxx habe ich an Sie gedacht: Sie sind ja ...

Ich habe festgestellt, dass Ihr xxx ...

In den Nachrichten habe ich gehört, dass Sie ...

Auf Ihrer WebSite / Tagung / Tag der offenen Tür ...

Auf der nächsten Seite können Sie Ihre Notizen zum Vorwissen sammeln!





Welche Infos können Sie sich holen? Wie lauten Ihre konkreten Sätze dazu?

Info:
Internet-Seite

Mögliche Sätze:
Ich habe gesehen, dass ... wie sind Sie ...?

© telos-training.com Nur für den persönlichen Gebrauch!



Bildbearbeitung: TELOS – 10083b

Der Name Ihres Gesprächspartners ist der Blumenstrauß, den Sie Ihrem Kunden persönlich überreichen!
Montage aus einer Fotobuch-App

10. Der Name als roter Teppich!

Erwähnen Sie zwischendurch immer wieder den Namen Ihres Gesprächspartners. Auf diese Weise rollen Sie gewissermaßen eine roten Teppich zu ihm aus, über den er gerne schreitet. Oder hören Sie es etwa nicht auch gern, wenn jemand zu Ihnen sagt:

„Herr xxx, dafür haben Sie ein großes Kompliment Ihrer Mitarbeiter verdient.“

„Das ist ein sehr interessanter Aspekt, den sie da erwähnen, Frau xxx.“

„Herr xxx, gut, dass Sie davon sprechen...“

„Dazu habe ich eine wichtige Frage an Sie, Frau xxx...“

Allerdings gilt auch hier: übertreiben Sie nicht. Mindestens 3-5 mal sollten Sie den Namen Ihres Kunden schon unterbringen, doch wenn Sie es 10 - 20 mal tun, werden Sie aufdringlich und spulen einfach ein "Namens-Programm" herunter. Auswendig Gelerntes wirkt unecht und Ihr Gegenüber verschließt sich.

**Sonderbar, dass man das eigene Ich
nur durch den Namen gültig fortsetzen kann.**

Jakob Wassermann (1873 - 1934), Schriftsteller der Wilhelminischen Zeit



10. Der Name als roter Teppich: wie und wann

Der Name als roter Teppich: wie und wann? Bei welchen Gelegenheiten können und werden Sie ihn einstreuen? Da finden Sie locker weitaus mehr Gelegenheiten als nur Begrüßung und Verabschiedung: "Guten Morgen, Herr Maier...", "Auf Wiedersehen, Herr Maier..." Finden Sie zündende Namens-Sätze für den Anfang des Gesprächs, und finden Sie prima Namens-Sätze für den Abschluss des Gesprächs, so dass Sie Ihrem Gesprächspartner in guter Erinnerung bleiben.

Was tun Sie, um sich den vollständigen und korrekten Namen Ihres Gesprächspartners zu **merken**?









Bei welchen **Gelegenheiten** können und werden Sie ihn einstreuen?











Auf der nächsten Seite gehen die „Namen-Notizen“ weiter!





Wie nutzen Sie den Namen Ihres Gesprächspartners beim **Beginn** des Gesprächs? Bitte fertige Formulierungen:

_____ 

_____ 

_____ 

_____ 

_____ 

_____ 

_____ 

Wie nutzen Sie den Namen Ihres Gesprächspartners beim **Abschluss** des Gesprächs? Bitte fertige Formulierungen:

_____ 

_____ 

_____ 

_____ 

_____ 

_____ 

_____ 



Foto: Dr. E. Teutsch – 09148

Gemeinsam geht's besser!

Schnappschuss aus einem TELOS-Management-Seminar im Hochseilgarten

11. Gemeinsam gewinnen!

Das Beratungsgespräch als gemeinsamer Prozess: Sie verkaufen nicht ein fertiges Standardprodukt, sondern Sie entwickeln gemeinsam mit Ihrem Kunden eine maßgeschneiderte Lösung. Versuchen Sie, gegebenenfalls gemeinsam, eine auf dem Tisch liegende Skizze oder Zeichnung zu ergänzen oder zu ändern, um so Ihr sachliches Interesse zu unterstreichen.

Setzen Sie sich dabei etwas näher an Ihren Partner heran, jedoch unaufdringlich und ohne die natürliche Distanzzone zu unterschreiten. Bitten Sie ihn eventuell um Hilfe oder um eine zusätzliche Information bei einem Detail. So „aktivieren“ Sie ihn. Dies ist gerade in der Anfangsphase wichtig.

Die moderne Verkaufspsychologie gibt Ihnen recht: gemeinsam erarbeitete Ideen und Lösungen werden leichter „interiorisiert“ und damit angenommen!

Alles ist gemeinsam, selbst Gott.

Charles Baudelaire (1821 - 1867), französischer Dichter und Ästhetiker



11. Gemeinsam gewinnen: Ihre Tools

Welche Möglichkeiten, welche **Gelegenheiten** fallen Ihnen ein, diese Technik zu nutzen?

Welche **Veränderungen im Setting** (wo sitzen Sie, wohin bewegen Sie sich usw.) können Sie nutzen?





Foto: Dr. E. Teutsch – C05643c

Felsen, ein bisschen Moos, ab und zu ein paar Tropfen Regen ...
Der bescheidenen Hauswurz reicht das schon, um üppig zu blühen!
Foto: Das Verena-Kirchlein am Ritten. Bild aus unserer Symbolbibliothek

12. Bescheidenheit siegt!

Bescheidenheit ist eine Zier – und weiter kommt man nur mit ihr! Treten Sie freundlich und bescheiden auf. Hören Sie gut zu. Unterbrechen Sie Ihr Gegenüber nicht. Wenn Sie sprechen, dann weniger von sich selbst, weniger von Ihrem eigenen Unternehmen/Produkten und dafür mehr von Ihrem Kunden. Damit zeigen Sie Interesse für Ihr Gegenüber und Bescheidenheit. Die bringt Ihnen wesentlich mehr Pluspunkte.

Sie sind ja selbst auch Kunde und kennen es: wie verhalten Sie sich denn selbst gegenüber einem Angeber, einem aufdringlichen Verkäufer? Richtig: Sie verschließen sich, Sie wehren ab, Sie wenden sich ab, Sie ziehen sich zurück...

Kontakt Ende, Verkaufsgespräch Schluss.

Daher: als Verkäufer zeigen Sie besser Zurückhaltung!

**Bescheidenheit ist der einzige Glanz,
den man dem Ruhm hinzufügen kann.**

Charles Duclos Pinot (1704 - 1772), französischer Schriftsteller



12. Bescheidenheit siegt: Ihr besseres Verhalten

Ihre Produkte sind die besten. Ihre Firma ist die beste. Und Sie selbst sind der Allerbeste! Ach so, das wissen ja. Vielleicht haben Sie es schon oft genug gehört. Vielleicht gibt Ihnen auch Ihr Erfolg als Verkäufer recht. Vielleicht sind sogar Ihre Kollegen auf Sie neidisch.

Gut, wenn Sie das alles also bereits wissen, müssen Sie es ja nicht unbedingt immer wieder Ihren Kunden auf die Nase binden. Denn auf die wirkt es möglicherweise eine kleine Spur zu dick aufgetragen...

Angeber mag niemand, Bescheidenheit öffnet Türen, Bescheidenheit siegt!

Auf welche typische "Vertreterangeberei" verzichten Sie, was nehmen Sie stattdessen?

Schlecht:	Besser
Unterbrechen	Wohlwollend aktiv zuhören
„WIR sind super“	„SIE sind super“
„WIR haben für alles die Lösung“	„Das ist eine interessante Aufgabe“
„Ja, ja, ich weiß schon!“	„Welche Lösung wäre für Sie die beste?“

Auf der nächsten Seite können Sie Ihre Notizen zum Thema „Bescheidenheit“ sammeln!





Schlecht:	Besser
<i>Wir machen alles für unsere Kunden</i>	<i>Wir nehmen unseren Kunden möglichst viel Arbeit ab</i> 
	
	
	
	
	
	
	
	
	
	
	
	
	
	

© telos-training.com Nur für den persönlichen Gebrauch!

Der Verkaufsfaktor Mensch!



Kundenkontakte in der Praxis ...

Aus einem TELOS-Training

Hier noch ein paar Zitate zum Thema "Kundenkontakte":

Nur ein lachendes Gesicht kann verkaufen.

Autor unbekannt

Alle Menschen sind Verkäufer – alle Menschen sind Kunden.

Otto Weiss (1849 - 1915), Wiener Musiker und Feuilletonist

**Der Kunde sagt mir detailliert,
WIE ich ihm WAS und WARUM verkaufen kann.**

Ich brauche nur genau hinzuhören!

Dr. Elmar Teutsch (* 1949), Südtiroler Wirtschaftspsychologe,
Psychotherapeut und Unternehmenscoach.

Auch ich wünsche Ihnen erfolgreiche Kundenkontakte. Und wenn Sie weitere Unterstützung suchen, gehen Sie das Thema mit professioneller Hilfe an – in einem Einzel-coaching oder in einem Seminar. In dem Fall rufen Sie uns doch bitte einfach an.

Herzlichst, Ihre Mag. Magdalena Gasser

Institutsleitung – Coaching – Konfliktberatung

Ein Arbeitsbuch aus unserer Reihe "Homelearning":

<http://www.telos-training.com/ueber-uns/publikationen/homelearning>