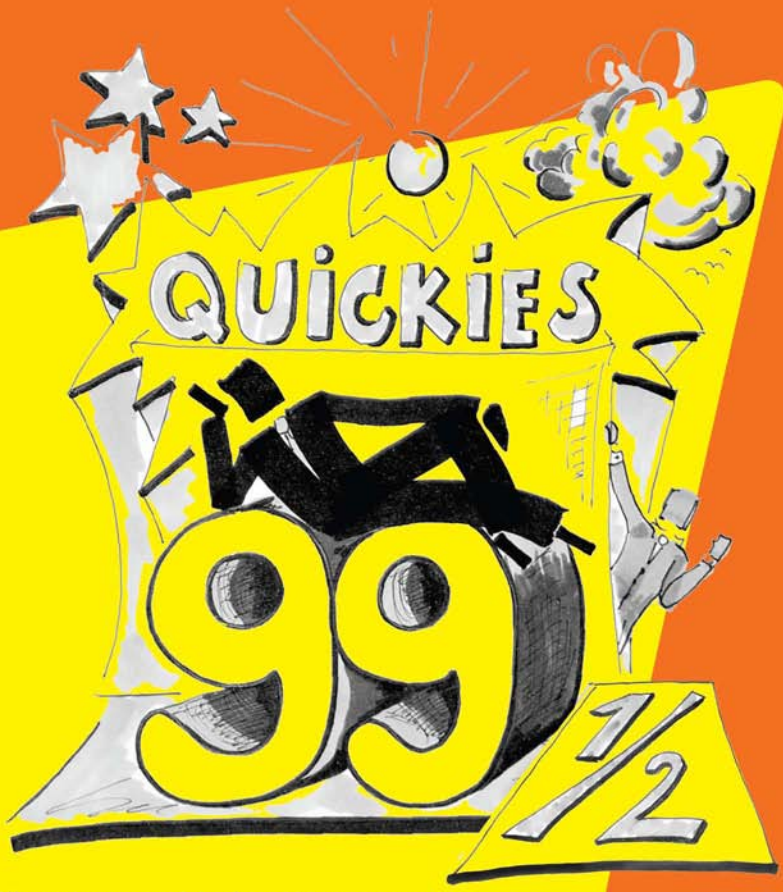
Helmut Seßler / IN*tem* Autorenteam

Quickies – Ekstase im Vertrieb

99 ½ Tipps für schnellen Verkaufserfolg



Illustriert von Markus Wortmann

Helmut Seßler

und das IN*tem* Autorenteam

Quickies – Ekstase im Vertrieb

99 ½ Tipps für schnelle Verkaufserfolge

IN*tem* Media, Mannheim

Quickies – Ekstase im Vertrieb

99 ½ Tipps für schnelle Verkaufserfolge

ISBN 3-9808148-6-7

Besuchen Sie uns im Internet unter:

www.intem.de

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der Autoren unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikrofilmverfilmungen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© IN*tem* Media, Mannheim

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1: ..... **Seite 9**
Akquisition: Auf kreativen Wegen zu neuen Kunden

Kapitel 2: ..... **Seite 47**
Verkaufsgespräche: Kunden nicht nur informieren und überzeugen – sondern begeistern

Kapitel 2.1: ..... **Seite 49**
Dynamik durch gute Kundenbeziehungen erreichen

Kapitel 2.2: ..... **Seite 65**
Kundenwünsche – Ihr Schlüssel zum Erfolg

Kapitel 2.3: ..... **Seite 85**
Kunden mit Argumenten überzeugen und mit Emotionen begeistern

Kapitel 2.4: ..... **Seite 111**
Einwände entkräften und den Preis verteidigen

Kapitel 2.5: ..... **Seite 141**
Zielorientiert auf den Abschluss zusteuern

Kapitel 3: ..... **Seite 167**
Den Umgang mit Einkäufern verbessern

Kapitel 4: ..... **Seite 181**
Auf Anfragen richtig reagieren und Verkaufsunterlagen professionalisieren

Kapitel 5: ..... **Seite 203**
Kundenbindung – ein Leben lang

Liebe Leserin, lieber Leser,

was versetzt einen Verkäufer schnell in Euphorie? Die Antworten könnten lauten:

- Kurze, markante Praxistipps für verschiedene Situationen, die funktionieren und schnell umsetzbar sind.
- Neue, noch nicht ausgelutschte Ideen, die den Kunden begeistern oder Interessenten zu Kunden machen.
- Kunden zu verblüffen und so in positiver Erinnerung zu bleiben.

Oder kurz ausgedrückt: Quickies – Ekstase im Vertrieb.

Nutzen Sie die 99 ½ verblüffenden Praxistipps, um Ihren Verkaufserfolg noch schneller und spielerisch zu steigern. Ich lade Sie heute ein, die Ideen selbst auszuprobieren. Alle Tipps wurden von mir und den IN*tem*-Trainerkollegen erprobt, gesammelt und für gut befunden. Die besten davon haben wir in diesem Buch für Sie zusammengestellt.

Ich hoffe, dass auch Sie beim Ausprobieren „schnell außer sich" geraten und freue mich über jede Rückmeldung von Ihnen. Mailen Sie mir einfach Ihre erzielten Erfolge.

Und jetzt „schnell" viel Glück beim Umsetzen!

Ihr

Helmut Seßler

Einleitung:
Gehen Sie mit Quickies auf Entdeckungstour

Lust auf einen Quickie? – Und das im Verkauf? Natürlich stehen wir Verkäufer oft unter Anspannung, Zeitdruck und der Herausforderung, die gesteckten Ziele zu erreichen. Es gibt einfache und schwierige Tage mit einfachen und problematischen Kunden. Um Ihnen das Tagesgeschäft zu erleichtern, haben wir ein paar Quickies zusammengestellt. Hier einige Ideen, wie Sie von diesem Buch am meisten profitieren.

Wie Sie die Quickies einsetzen

Nutzen Sie die Möglichkeit, sich vor jedem Gespräch einen passenden Quickie auszusuchen, ihn anzuwenden und die Wirkung sofort zu erleben. Oder lesen Sie sich alle Quickies durch und entscheiden Sie sich für die Tipps, welche Ihnen am besten passend erscheinen und setzen Sie diese situativ und kundenorientiert ein.

Oder gefällt Ihnen vielleicht diese Umsetzungsidee besser: Nehmen Sie sich jeden Tag nur einen Quickie vor und überlegen Sie, bei wem Sie diesen Tipp heute ausprobieren. Wenn Sie mögen, notieren Sie die Umsetzung und das Ergebnis in Ihrem persönlichen „Umsetzungsbuch". So können Sie sich kontinuierlich Ihre Erfolge bewusst machen und sich täglich neu motivieren.

Natürlich gibt es auch Vorteile, wenn Sie diese Quickies nicht ausprobieren. Eine ausführliche Beschreibung dieser Vorteile finden Sie im 99 ½-ten Quickie am Ende des Buches. Ich empfehle Ihnen nicht vorzulesen. Lassen Sie sich überraschen, welche Vorteile in diesem Tipp stecken.

Natürlich können Sie diese 99 ½ Tipps auch zielgerichtet einsetzen, zum Beispiel:

- Ihr Engpassproblem ist derzeit die Akquisition, die Neukundenansprache? Sie wollen oder müssen Ihren Kundenstamm rasch ausbauen? Dann schnell ab ins erste Kapitel!
- Morgen steht für Sie ein wichtiges Kundengespräch mit einem Schlüsselkunden an: Bereiten Sie es vor, indem Sie die Quickies im zweiten Kapitel durchblättern. In fünf Unterkapiteln erhalten Sie Hinweise, wie Sie gute Kundenbeziehungen aufbauen, Kundenwünsche identifizieren, starke und emotionale Argumente bringen, Einwände entkräften und Ihren Preis selbstbewusst verteidigen. Ach ja – und wie Sie zielorientiert auf den Abschluss zusteuern.
- Einkäufer sind ein Völkchen für sich. Wie Sie Zugang zu ihrer Vorstellungswelt finden, zeigt Ihnen Quickie in Kapitel drei.
- Sie stellen fest, dass Sie viel zu viel Angebote schreiben, ohne dass der gewünschte Erfolg eintritt? Oder Ihre Kosten beim Prospekt- und Unterlagenversand in keinem Verhältnis zum Erfolg stehen? Dann helfen Ihnen die Quick-Tipps im vierten Kapitel sicherlich weiter.
- „Lebenslänglich" – wer will das nicht, jedenfalls im Kundenkontakt. Im fünften Kapitel schließlich steht die lebenslange Kundenbindung im Vordergrund.

Übrigens: Zu Beginn eines jeden Kapitels oder Unterkapitels finden Sie eine Auflistung der jeweiligen Quick-Tipps. So können Sie sich rasch orientieren – ganz gleich, wie Sie die Quickies nutzen und einsetzen wollen.

Welchen Quickie-Weg Sie auch immer gehen – entscheidend ist, dass Sie einfach losmarschieren, dass Sie es ausprobieren, ohne zu zögern. Folgen Sie der Aufforderung von Erich Kästner: „Es gibt nichts Gutes, außer man tut es." Probieren Sie also so viel wie möglich aus und seien Sie nicht enttäuscht, wenn der Erfolg schnell eintritt und Ihre Kunden verzückt reagieren.

Begeben Sie sich in die Welt der Quickies

In der Welt der Quickies geht es rasant und rasch zu, aber nie überstürzt oder gar hektisch. In Zeiten, in denen Produkte und Dienstleistungen immer ähnlicher werden und die meisten Verkäufer über Topverkaufs-Know-how verfügen, kommt es darauf an, dem Kunden im Eiltempo zu helfen. Pragmatisch, praktisch und eben „quick". Das ist die Messlatte, die jeder Quick-Tipp überspringen musste, sofern er in dieses Buch aufgenommen werden wollte.

Quickie bietet Ihnen einen schnellen Weg zum begeisterten Kundenherzen – ein Quick-Tipp lässt sich ohne großen Aufwand umsetzen, oft im Handumdrehen und wie ein geölter Blitz. Alles, was Sie dazu brauchen, ist leidenschaftliche Begeisterungsfähigkeit und den wieselflinken unbedingten Willen, Ihrem Kunden einen Nutzen zu bieten, indem Sie den Tipp sofort umsetzen.

Und wenn dies gelingt, Sie also den Kunden begeistern, ist der Nutzen auch auf Ihrer Seite: neue Kunden, begeisterte Kunden, treue Kunden, loyale Kunden.

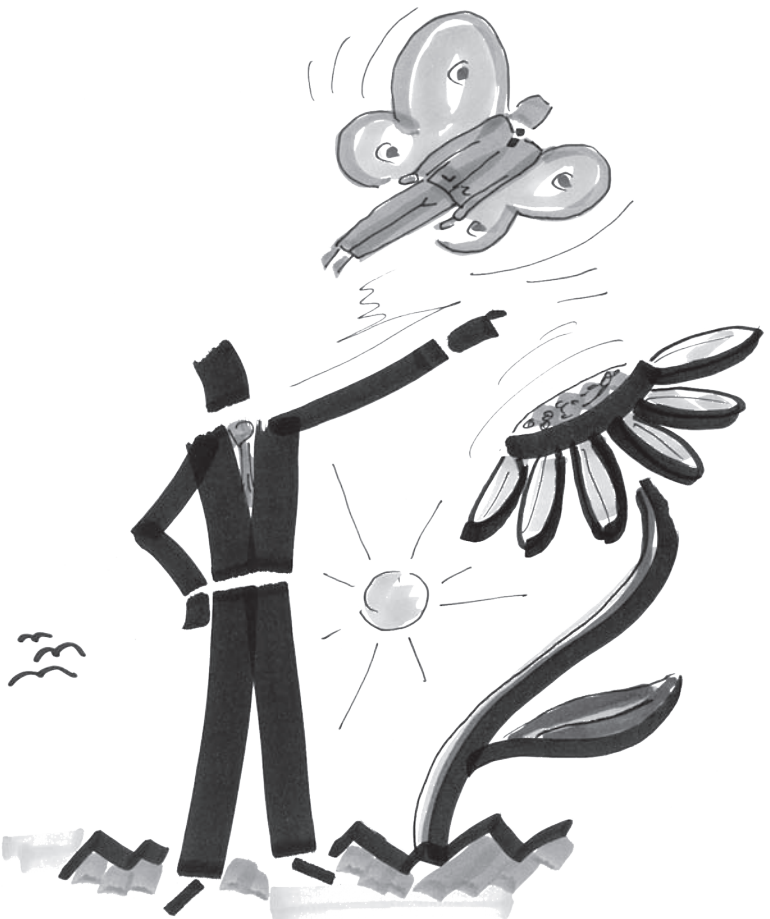
Kapitel 1

Akquisition: Auf kreativen Wegen zu neuen Kunden

Quick-Tipp		Seite
1.	Geben Sie dem Zufall eine Chance	10
2.	Gewinnen Sie Weiterempfehlungen	13
3.	Treffen Sie erstklassige Kunden in der 1. Klasse	14
4.	Machen Sie Kunden zu Verkäufern	16
5.	Nutzen Sie den „Das-will-ich-auch-haben-Effekt“	19
6.	Vermeiden Sie Terminvereinbarungen	20
7.	Versenden Sie keine Unterlagen ohne Terminabsprache	23
8.	Arbeiten Sie mit einen Fahrradkurier	25
9.	Wecken Sie Ihre „schlafenden“ Kunden	26
10.	Überlassen Sie die Materialschlacht auf Messen Ihren Konkurrenten	28
11.	Stimmen Sie sich vor Messen richtig ein	30
12.	Wie Sie die Kunden auf Messen richtig ansprechen	32
13.	Wie Sie sich Erfolgserlebnisse in der Neukundengewinnung schaffen	34
14.	Angenehm anders als alle anderen	36
15.	Terminphase – kategorisieren Sie Ihre Kunden	38
16.	Testimonials im B-to-B-Bereich wirkungsvoll einsetzen	40
17.	„Mach Dir ein paar schöne Stunden, geh’ zum Kunden!“	43
18.	Unterscheiden Sie zwischen Informations- und Verkaufsgesprächen	45

Quick-Tipp 1:
Geben Sie dem Zufall eine Chance

Jeder kennt dieses Phänomen: Sie haben einen alten Bekannten, von dem Sie seit Jahren nichts gehört haben, im Vorbeifahren gesehen und sich kurz zugewinkt. Schon am nächsten Tag ruft der alte Freund bei Ihnen an:



„Als ich dich gestern gesehen habe, ist mir aufgefallen, dass ich mich schon so lange nicht mehr gemeldet habe ...“ So oder ähnlich funktioniert es auch im Verkauf! Oft melden sich Kunden nicht mehr, weil sie aktuell keinen Bedarf haben, und so verliert man sich leicht aus den Augen, bis man sich dann zufällig wieder über den Weg läuft.

Das heißt für Sie: Geben Sie dem Zufall eine Chance! Lassen Sie sich auf Veranstaltungen blicken, die auch von Ihren (ehemaligen) Kunden besucht werden. Laden Sie bei einer solchen Gelegenheit gleich zum Kaffee ein.

Bringen Sie die neueste Ausgabe Ihrer Kundenzeitschrift oder Ihren neuesten Prospekt mal persönlich vorbei, wenn Sie „zum Kaffee trinken“ gehen. Sie werden überrascht sein: Oft kommt schon am nächsten Tag der Anruf!

Werden Sie aktiv – ab in die schnelle Umsetzung!

Nehmen Sie sich Ihren Monatsplan vor und prüfen Sie Termin für Termin, wo Sie dem „Zufall eine Chance geben“ können. Und seien Sie nicht überrascht, wenn sich der Zufall auszahlt und Sie in kürzester Zeit die Anzahl erfolgreicher Akquisitionsgespräche spürbar steigern.

Quick-Tipp 2:
Gewinnen Sie Weiterempfehlungen

Zahlreiche Unternehmen haben Links zu anderen Unternehmen, Lieferanten, Referenzen oder Abnehmern auf ihren Webseiten. Halten Sie Ausschau danach und informieren Sie sich auch über diese Unternehmen. Und machen Sie Ihre nächsten Kontakte daraus!

Sprechen Sie Ihre Kunden gezielt darauf an: „Ich habe im Internet gesehen, dass Sie mit XY zusammenarbeiten. Könnte unser Angebot auch für die interessant sein?“ Und: „Können Sie mir einen Kontakt herstellen?“

Werden Sie aktiv – ab in die schnelle Umsetzung!

Nach dem erfolgreichen Akquisitionsgespräch schicken Sie dem Kunden einen Brief: Legen Sie ihm drei Visitenkarten bei – mit der Anmerkung im PS: „Anbei ein paar Visitenkarten, wenn Sie meine Dienste und unser Haus weiterempfehlen möchten. Schon jetzt recht herzlichen Dank dafür!“ So setzen Sie einen Schneeballeffekt in Gang und gelangen schnell an zahlreiche neue Adressen.

Quick-Tipp 3:
Treffen Sie erstklassige Kunden in der 1. Klasse

Verzichten Sie, wenn es geht, bei Ihren Reisen aufs Auto und steigen Sie in den Zug um. Lösen Sie unbedingt eine Fahrkarte erster Klasse. Hier sind Geschäftsleute unterwegs, die vielleicht Ihre Dienste gebrauchen könnten! Und bei der langweiligen Fahrt im gemeinsamen Abteil ist es einfach, ein Gespräch anzufangen und so einen Kontakt zu gewinnen!

Genau das Gleiche gilt für das Frühstück im Hotel, wenn Sie unterwegs übernachtet haben: Ist der Frühstückssaal schon gut besucht, setzen Sie sich an einen Tisch, an dem bereits Leute sind.

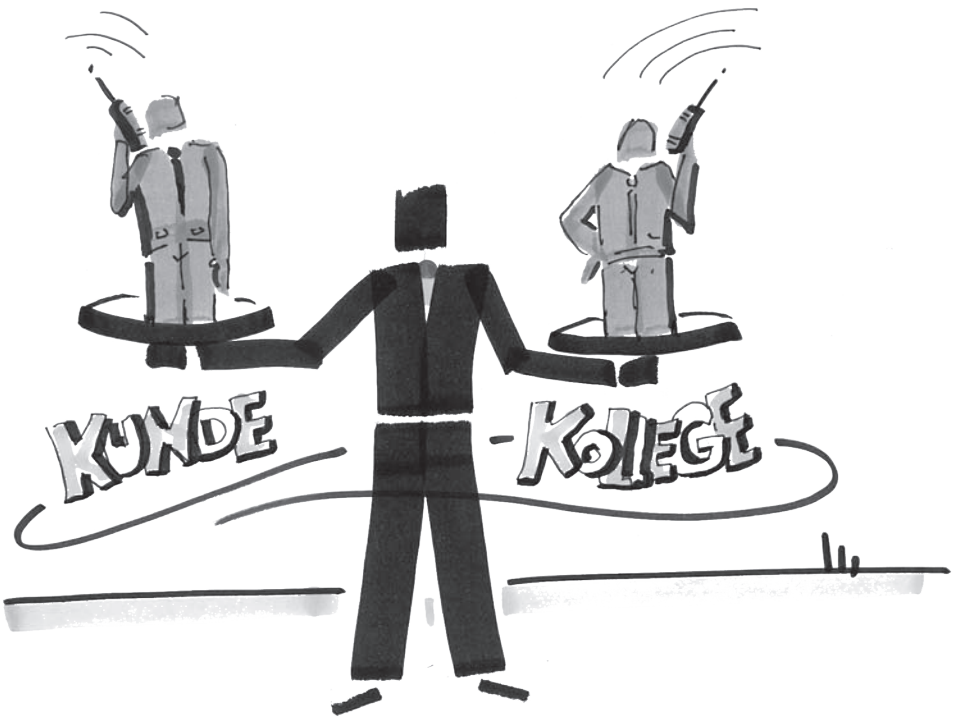
Ein Gespräch ergibt sich dann automatisch. Sie werden überrascht sein, wie oft sich daraus geschäftliche Beziehungen entwickeln!

Werden Sie aktiv – ab in die schnelle Umsetzung!

Formulieren Sie für solche Kennenlernsituationen eine Kurzpräsentation: zu Ihrer Person, zu dem, was Sie tun, zu dem Nutzen, den Sie bieten. Sie darf nicht länger als 30 Sekunden dauern – der Kunde in spe weiß danach genau, was Sie ihm bieten könnten. Aber Achtung: Sprechen Sie NIE ungefragt über sich! Fragen Sie immer zuerst Ihr Gegenüber, was er oder sie so macht, und warten Sie geduldig auf die Frage Ihres Gesprächspartners „Und was machen Sie?“. Erst dann haben Sie die Erlaubnis und das „Ohr“ Ihres Gegenübers. Erst dann wird Ihnen interessiert zugehört. Und was Sie jetzt sagen, das sollte neugierig machen. So erhalten Sie erstklassige Kontakte.

Quick-Tipp 4:
Machen Sie Kunden zu Verkäufern

Machen Sie Ihre vorhandenen Kunden zu Ihren besten Verkäufern! Das funktioniert immer dann, wenn einer Ihrer Auftraggeber in einer Abteilung eines Unternehmens sitzt und auch andere Abteilungen Ihre Dienste gebrauchen könnten.



Sobald Ihr Kunde mit Ihrer Arbeit zufrieden ist, fragen Sie ihn zum Beispiel danach, wie die Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen läuft. Oder stellen Sie eine Frage wie diese: „Mit wem

sprechen Sie in Ihrem Unternehmen über die Probleme, die wir gerade gelöst haben?“

Oft ergibt sich daraus beinahe zwangsläufig die Idee, dass Sie ja auch für die anderen Abteilungen arbeiten könnten. Der Kunde wird dann häufig aktiv Ihre Dienste oder Produkte im Haus „verkaufen“.

Bitten Sie ihn darum, Ihre Dienste an Kollegen weiterzuempfehlen. Machen Sie ihm klar, dass er einen Vorteil davon hat, wenn Sie auch für andere Abteilungen arbeiten. Solch ein Vorteil für ihn ist zum Beispiel die reibungslosere Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen.

Werden Sie aktiv – ab in die schnelle Umsetzung!

„Heute möchte ich Sie so begeistern, dass Sie mich in Ihrem Unternehmen weiterempfehlen“ – prüfen Sie, bei welchen Kunden es sich lohnt, die Weiterempfehlungsfrage vor dem eigentlichen Akquisitions- und Verkaufsgespräch zu stellen. Oft ist so, dass dann auch der Kollege, der von Ihrem Kunden Ihren Namen erhalten hat, wiederum eine Empfehlung ausspricht. Ihr Kundenpool vergrößert sich, ohne dass Sie aktiv werden müssen!

ICH WILL!
ICH AUCH

Quick-Tipp 5:
Nutzen Sie den „Das-will-ich-auch-haben-Effekt“

Berichten Sie Ihren Akquisitionskunden regelmäßig über Erfolge, die andere Kunden mit Ihren Produkten oder Dienstleistungen erzielen. Nutzen Sie die menschliche Neugier, das kennenzulernen, was anderen zum Erfolg verholfen hat.

Richten Sie dazu zum Beispiel einen E-Mail-Newsletter mit Berichten über interessante Projekte und Erfolgsbeispiele ein. Dadurch erzielen Sie den „Das-will-ich-auch-haben-Effekt“. Sorgen Sie für Referenzkunden – der Idealfall: Im Akquisitionsgespräch geben Sie dem Kunden eine Telefonnummer: „Hier, dieser Kunde ist bereit, über seine Erfahrungen mit unserem Produkt Auskunft zu geben!“

Werden Sie aktiv – ab in die schnelle Umsetzung!

Verpacken Sie den Nutzen in eine spannende Geschichte: „Und jetzt erzähle ich Ihnen, was ein Kunde mithilfe unseres Produktes erreicht hat …“ Spannende Geschichten ziehen den Kunden in die Erfolgsstory hinein. Er kann sich vorstellen, dass es auch bei ihm erfolgreich angewendet werden kann. Der Akquise-Erfolg wird wahrscheinlicher.

Quick-Tipp 6:
Vermeiden Sie Terminvereinbarungen

Stellen Sie sich vor, Sie könnten jedem möglichen Kunden, den Sie zum ersten Mal anrufen, sagen: „Nein, ich will keinen Termin bei Ihnen. Sie müssen auch nicht zu mir kommen. Keiner muss sich ins Auto setzen. Ich kann Ihnen Ihren Nutzen in 15 Minuten übers Internet am Telefon aufzeigen." Damit könnten Sie eines der größten Hindernisse umgehen, denen Sie bei Ih-

rer Akquisition begegnen: der natürlichen Abneigung des Neukunden gegen eine Terminvereinbarung. Das Internet macht's möglich: „Desktop-Sharing" heißt die Technik. Und sie funktioniert so: Der Kunde wählt über das Internet eine bestimmte Seite an, auf der sich Ihre Präsentation befindet. Dann kann er sich bequem zurücklehnen, während Sie mit ihm telefonieren. Sie steuern von sich aus, was der Kunde auf seinem Bildschirm sieht – ganz so wie bei einer echten Präsentation mit Beamer – , nur eben übers Internet.

Der Vorteil ist klar: Sie können sofort die wichtigsten Argumente auch visuell während des Telefonats präsentieren. Sie brauchen dazu keinen Vorort-Termin mehr. Gelingt es Ihnen, den Kunden bei der Online-Livepräsentation zu interessieren, können Sie beim ersten richtigen Gespräch bereits konkrete Angebote machen – und kommen vielleicht schon zum ersten Abschluss.

Werden Sie aktiv – ab in die schnelle Umsetzung!

Gehen Sie kundenindividuell vor: Nicht jeder Kunde ist begeistert von den neuen technischen Möglichkeiten, die das Internet bietet. Überlegen Sie, bei welchen Kunden die Online-Livepräsentation Begeisterung auslösen könnte – und bei welchen sie eher Abneigung erregt. Unsere Erfahrung zeigt: Die Terminvereinbarungsquote bei dieser Art der Präsentation ist überdurchschnittlich gut.

UNTERLAGE 1234

Quick-Tipp 7:
Versenden Sie keine Unterlagen ohne Terminabsprache

„Schicken Sie mir doch erst mal ein paar Unterlagen", das bekommen Sie etwa bei der Neukundenakquise andauernd zu hören. Wer aber Informationen einfach nur per Post schickt, hat schon so gut wie verloren. Machen Sie es sich zur Regel, dass keine Unterlagen ohne Terminabsprache verschickt werden.

Am besten immer so: statt dem Neukunden Material zu schicken, sofort einen Ersttermin vereinbaren. Ihr Argument dabei lautet: „Ich kann Ihnen viele Prospekte schicken, aber besser ist es doch, wenn ich Ihnen direkt in einem Gespräch eine Lösung präsentiere."

Werden Sie aktiv – ab in die schnelle Umsetzung!

Will der Kunde absolut kein Treffen, verfolgen Sie Ihr Minimalziel: mindestens einen fest vereinbarten Telefontermin, kurz nachdem der Kunde Ihr Material erhalten hat.

Die Mühe lohnt sich, weil Sie in dem Telefonat auf jeden Fall einen konkreten Anknüpfungspunkt haben, nämlich Ihre verschickten Unterlagen.