

Sandro Trovato
Marc Schwitter

Storytelling und Verkauf

23 Praxistipps für die
Kundenberatung



Verkaufen Sie gerne, gut oder beides?
Verkaufsprofi Sandro Trovato und
Storytelling-Spezialist Marc Schwitter
betrachten die Kundenberatung und
den Verkauf von zwei unterschiedlichen
Seiten. Ob Social Selling oder Kalt-
akquise, von effektiven Verkaufstech-
niken bis zu «Verkaufe nie!» steht
immer eines im Mittelpunkt: Ehrlichkeit,
die Vertrauen schafft.

Dazu braucht es die Fähigkeit zum
Zuhören, eine klare Gesprächsführung
und die Absicht, mehr zu bieten, als das
Gegenüber erwartet. Denn das Rezept für
den unternehmerischen Erfolg heisst:
«Kunden, die begeistert sind.»

Mit diesem Buch erhalten Sie einen
praxisorientierten Einblick ins Thema
Verkauf – mit 23 Tipps für die Kunden-
beratung und mit einfachen Übungen,
um das Gelernte im Alltag umsetzen zu
können.



**Sandro Trovato
Marc Schwitter**

Storytelling und Verkauf

**23 Praxistipps für die
Kundenberatung**

Versus · Zürich

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Das Werk einschliesslich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Weitere Informationen über Bücher aus dem Versus Verlag unter www.versus.ch

© 2023 Versus Verlag AG, Zürich

Umschlagbild und Kapitelillustrationen: Thomas Woodtli · Witterswil

Satz und Herstellung: Versus Verlag · Zürich

Druck: CPI books GmbH

Printed in Germany

ISBN 978-3-03909-321-1

Verkaufen oder andere für sich gewinnen?

Wenn zwei sich streiten, freut sich der Dritte – oder beide lernen voneinander. So geschehen beim Austausch zwischen uns zum Thema Verkauf.

Die Hintergründe von uns könnten verschiedener nicht sein: Der eine erfolgreicher Akquisiteur und Verkaufstrainer, mit über 20 Jahren Vertriebserfahrung, 400 Ausbildungstagen als Referent und mehr als 10 000 geführten Akquisetelefonaten im B2B- und B2C-Bereich. Der andere Werbetexter und Storyteller, der mit über 200 Menschen und Unternehmen ihre persönliche Marketing- und Verkaufsgeschichte erarbeitet hat, mit der sie einzigartig am Markt auftreten und nicht nur Kunden, sondern Fans gewinnen.

Die Meinungen zu Kaltakquise und Verkaufstechniken mögen auseinandergehen, aber die Gemeinsamkeit liegt bei der Basis des Verkaufens: Sympathie und Vertrauen sind der Schlüssel für den erfolgreichen Abschluss.

In 23 Tipps haben wir praktische Vorgehensweisen aus unseren unterschiedlichen Perspektiven zusammengefasst, die dich bei der erfolgreichen Kundengewinnung und -betreuung unterstützen.

Der Dritte darf sich übrigens auch freuen: dein Kunde.

Wir sind sicher, dass Sie mit der Umsetzung dieser Tipps in Verkaufsgesprächen nicht nur überzeugen, sondern begeistern werden, und dadurch langfristige, für beide Seiten gewinnbringende Geschäftsbeziehungen aufbauen können.

Viel Erfolg dabei und viel Freude bei der Lektüre!

Sandro Trovato

Marc Schwitter

Inhaltsverzeichnis

Storytelling von Marc Schwitter

Tipp 1:	Storytelling	
	Nutze Geschichten, wenn du verkaufst.	10
Tipp 2:	Absicht	
	Du willst verkaufen? Dann verkaufe nicht!	17
Tipp 3:	Vision und Mission	
	Die mächtigsten Verkaufstreiber, die du haben kannst.	19
Tipp 4:	Glaubwürdigkeit	
	Wieso du nicht der oder die Beste sein musst.	25
Tipp 5:	Medienpräsenz	
	Mit einer guten Geschichte ist sie kostenlos.	29
Tipp 6:	Erfahrung	
	Sie ist wertvoller als jede Theorie.	33
Tipp 7:	Privat oder geschäftlich	
	So erlangst du Sicherheit bei der Themenwahl.	37
Tipp 8:	Zukunft	
	Gewinne Menschen, dann gewinnst du auch Kunden.	41
Tipp 9:	Vergangenheit	
	Hier liegt der stärkste Beweis für deine Kompetenz.	44

Verkauf von Sandro Trovato

Tipp 10:	SVNP	
	Die Formel für erfolgreichen Verkauf.	48
Tipp 11:	Fragen	
	So nutzt du sie richtig.	52
Tipp 12:	Rhetorische Pause	
	Der kleine Kunstgriff zum richtigen Zeitpunkt.	55

Tipp 13: Kaufsignale	
Erlege den Büffel nicht zweimal.	58
Tipp 14: Farmer oder Jäger	
Welche Verkaufspersönlichkeit bist du?	60
Tipp 15: Schlagfertigkeit	
So lernst du, das Richtige im richtigen Moment zu sagen.	64
Tipp 16: Kaltakquise	
Ein Klassiker lebt!	68
Tipp 17: KPI	
Richtig genutzt sind sie Gold wert.	73
Tipp 18: Fragetechniken	
Wer fragt, der führt – beruflich, privat und im Selbstgespräch.	79
Tipp 19: Gestik, Mimik und Stimme	
Das Marketing der persönlichen Kommunikation.	87
Tipp 20: Sympathie	
Gut ankommen ist kein Zufall.	90
Tipp 21: Vertrauen	
Wie du es aufbaust und behältst.	92
Tipp 22: Nutzen	
Ohne ihn kein Geschäft.	95
Tipp 23: Preis	
So verschenkst du nie mehr Geld.	97
 Zum Schluss	
Beim Verkaufen geht es um den Menschen.	101
 Über die Autoren	102

Storytelling

von Marc Schwitter



Tipp 1

Storytelling

Nutze Geschichten, wenn du verkaufst.

Von der Bibel bis zu Apple: nichts verkauft besser als eine Geschichte. Wer nicht nur Produkte, Lösungen und Dienstleistungen erhält, sondern mit dem Kauf auch Teil einer Tradition, Bewegung oder Mission wird, erhält einen weit grösseren Wert als das, wofür er oder sie bezahlt hat. Er bekommt einen Sinn vermittelt.

Seit bald dreissig Jahren arbeite ich im Medien- und Kommunikationsbereich. Angefangen habe ich im Alter von sechzehn Jahren als freier Mitarbeiter für eine Lokalzeitung. Später, während des Studiums, unterstützte ich die Marketingabteilung einer weltweit tätigen IT-Firma. Nach dem Abschluss war ich als Texter in verschiedenen kleineren und grösseren Werbeagenturen engagiert. Von Autofirmen über Umweltschutzverbände bis zu Software-Lösungen, Medikamenten und Joghurts durfte ich für so ziemlich alles Werbung machen, was wir jeden Tag brauchen.

Neben zahlreichen Kommunikationskonzepten war natürlich auch Storytelling ein bekannter und von Kunden oft verlangter Ansatz. Wir suchten nach guten Geschichten für Produkte und Dienstleistungen, inszenierten sie in aufwändigen Kampagnen und Spots, und was

herauskam, erfüllte seinen Hauptzweck. Die Geschichten verkauften, mal besser und mal schlechter.

Eines schafften sie jedoch selten: die Menschen Teil eines grösseren Ganzen werden zu lassen und ihnen so einen Sinn zu vermitteln. Wie wichtig diese Komponente ist und was es dafür braucht, lernte ich erst viel später. Auch nicht in der Werbung, sondern in einem ganz anderen Bereich: im Tischtennis. Mit zwölf begann ich als Jugendspieler beim Tischtennisclub Rapperswil-Jona. Bereits mit sechzehn war ich für das Amt des Medienverantwortlichen zuständig. Später leitete ich Trainings und engagierte mich in verschiedenen Bereichen im Vorstand.

2012 kamen Beruf und Tischtennis zusammen. Damals erlebte ich zum ersten Mal, wie mächtig eine gute Geschichte sein kann.

Lass Menschen an etwas Grösserem teilhaben.

Wir starteten im Verein ein Projekt, mit dem wir Tischtennis in der Region bekannter machen wollten, um mehr Menschen den Zugang zu dieser faszinierenden Sportart zu öffnen. Der Plan war, dass ich das Training übernehme und ein Kollege sich auf die Suche nach Sponsoren macht. Ich hatte bereits meinen Job bei der Werbeagentur gekündigt, als alles anders kam: Mein Kollege sagte aus beruflichen Gründen kurzfristig ab.

Das war ein Problem. Wer geht nun zu den Firmen und fragt nach Geld? Ohne Sponsoring gab es keine Aussicht auf eine Teilzeitbeschäftigung als Trainer. Ich hatte zwar Erfahrung in der Werbung, aber keine Ahnung vom