

Bitte aktivieren Sie den „Vollbild“-Modus

KUNDEN VERTRIEB

ANDREAS MILDNER

**So vertreiben Sie
jeden Kunden!**



MIA

MILDNER ASSOCIATES

Gewidmet all jenen, die sich selbst als Verkäufer bezeichnen, unabhängig, welcher pompöser Titel auf der Visitenkarte prangt.

Viel Erfolg an der Kundenfront!

Das vorliegende Werk richtet sich an alle Interessierte zum Thema Verkauf und Gesprächsführung. Es spiegelt keinerlei Wertung in Bezug auf Rasse, Alter, Geschlecht, Religion, politische Ausrichtung, Auswahl der Garderobe, Hinzufügen von Accessoires, Farbgebung, Vorliebe für bestimmte Jahreszeiten, persönliche Zielstellungen oder sonstigen Differenzierungsmerkmalen, die als persönlich und individuell relevant angesehen werden, wider. Sämtliche gezeichneten Akteure sind frei erfunden, jegliche eventuelle Ähnlichkeit zu realen Personen ist rein zufällig und ist nicht beabsichtigt. Ebenfalls treten sie freiwillig und ohne Zwang in diesem Buch auf, keiner der grafisch gestalteten Figuren wurde Leid zugefügt, noch gab es bei Zuwiderhandlungen Sanktionen wie z.B. der aktive Einsatz eines Radiergummis.

Ein Hinweis für die ängstlicheren Leser:

Den Fehlerteufel gibt es nicht wirklich, seien Sie beruhigt, es handelt sich lediglich um einen metaphorischen Protagonisten, der stellvertretend für manch eine eventuell anfallende Überlegung das fiktive Wort ergreift.

Vorsicht: Basierend auf wahren Begebenheiten!

Es handelt sich keineswegs um völlig frei erfundene Situationen, tatsächlich gibt es in der realen Wirtschaftswelt so genannte Verkäufer, welche die dargestellten Gesprächsmanöver nutzen und sich anschliessend über mangelnde Umsätze beklagen.

Diese Stationen ergeben den üblichen Verkaufsprozess:

- 1.) Der Versuch zur telefonischen Terminabsprache
- 2.) Die Bemühung im persönlichen Gespräch zu verkaufen
- 3.) Die gute Absicht der gelungenen Nachakquisition



Bernd Rater:

Seines Zeichens umsatzverantwortlicher sowie aktiver Top-Consultant, der seine Aufgabe liebt.



Kuni Qunde:

Sie reagiert in Art und Weise wie die meisten angesprochenen Entscheidungsträger: nämlich völlig normal.



Der Fehlerteufel:

Er nimmt kein Blatt vor die spitze Zunge, wenn es darum geht, bissige Kommentare abzugeben.

...nach einem Blick in unsere
Datenbank rufe ich heute mal
diese Ansprechpartnerin an!

Prinzipiell ja eine gute Idee!

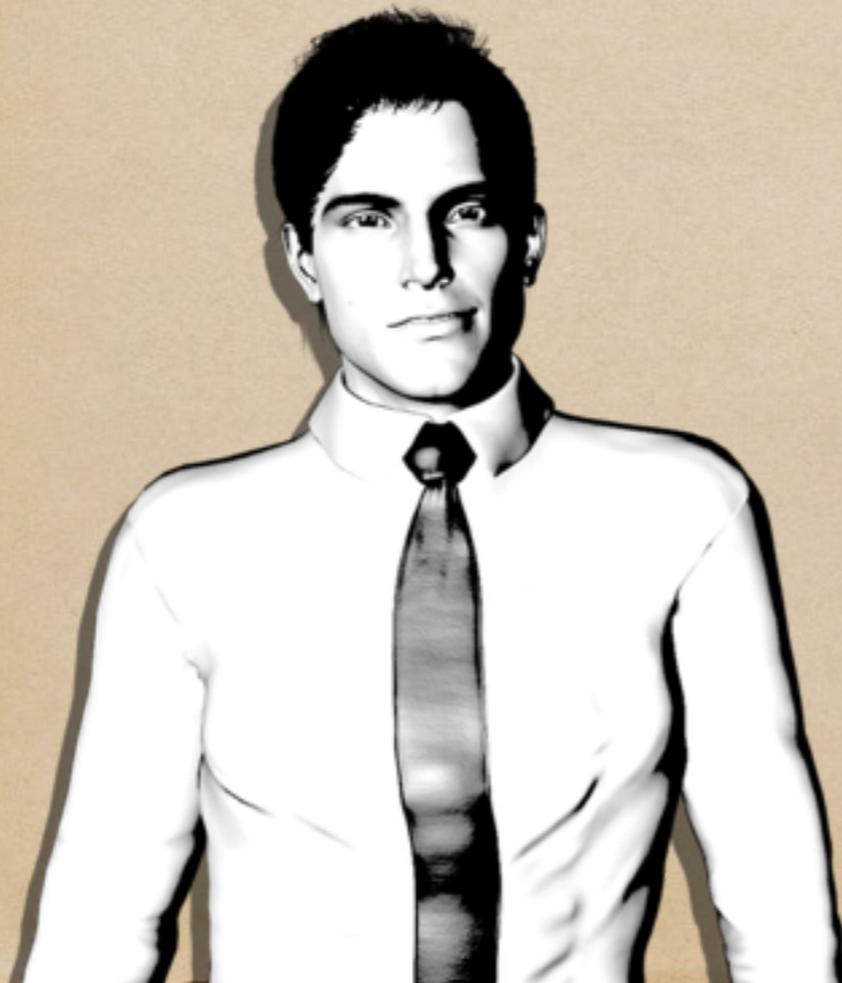


Die eigene Vorstellung am Telefon

Ja, ja, die viel gelehrte Doppel-
nennung...wer so eröffnet, gibt
sich nur allzu schnell als billiges
Abziehbildchen.



Mein Name ist Rater, Bernd Rater von der Firma Comp-Any, guten Tag.



Schon klar, wieder ein Trottel, und dieser hält sich sogar für einen Spion aus dem Kino!

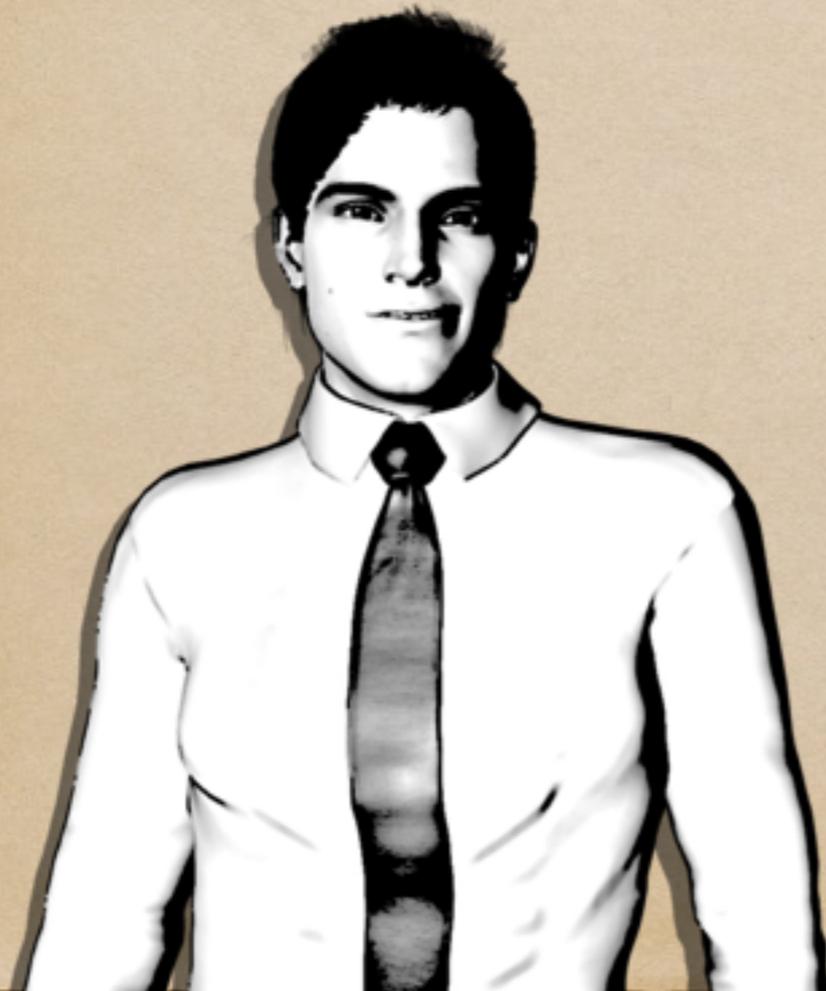


Das Erfragen des Ansprechpartners

Wer so plump nach Informationen fragt, braucht sich nicht zu wundern, nichts zu erhalten.



Wer ist denn bei Ihnen
für den Einkauf externer
Dienstleistungen
zuständig?



Informationen dieser Art
nennen wir nicht telefonisch,
bitte schreiben Sie an unsere
allgemeine Mailadresse.



Na, durch einen glücklichen Zufall
doch noch die Ansprechpartnerin
erreicht, was?

**Die Eröffnung bei der
Ansprechpartnerin**



Mein Name ist Rater, Bernd Rater,
guten Tag. Spreche ich mit Frau
Kuni Qunde persönlich?



Bei dieser Eröffnung ist das wohl
ein Call-Center mit einer Massen-
umfrage.



Ziemlich sicher versaut er es jetzt!

Der Terminvorschlag



Die Firma Comp-Any bietet Dienstleistungen im Beratungssektor an, das würde ich Ihnen gerne in einem persönlichen Gespräch einmal vorstellen. Haben Sie daran Interesse? Ich kann entweder am Dienstag um 10Uhr oder Donnerstag um 14Uhr bei Ihnen sein, welcher Termin ist Ihnen lieber?



Die Alternativtechnik mit den beiden Terminvorschlägen ist ja erbärmlich.

Keiner der beiden Vorschläge, denn wir haben daran aktuell keinen Bedarf.



Das wäre ja auch zu schön
gewesen, was machen Sie
dann im Bedarfsfall?



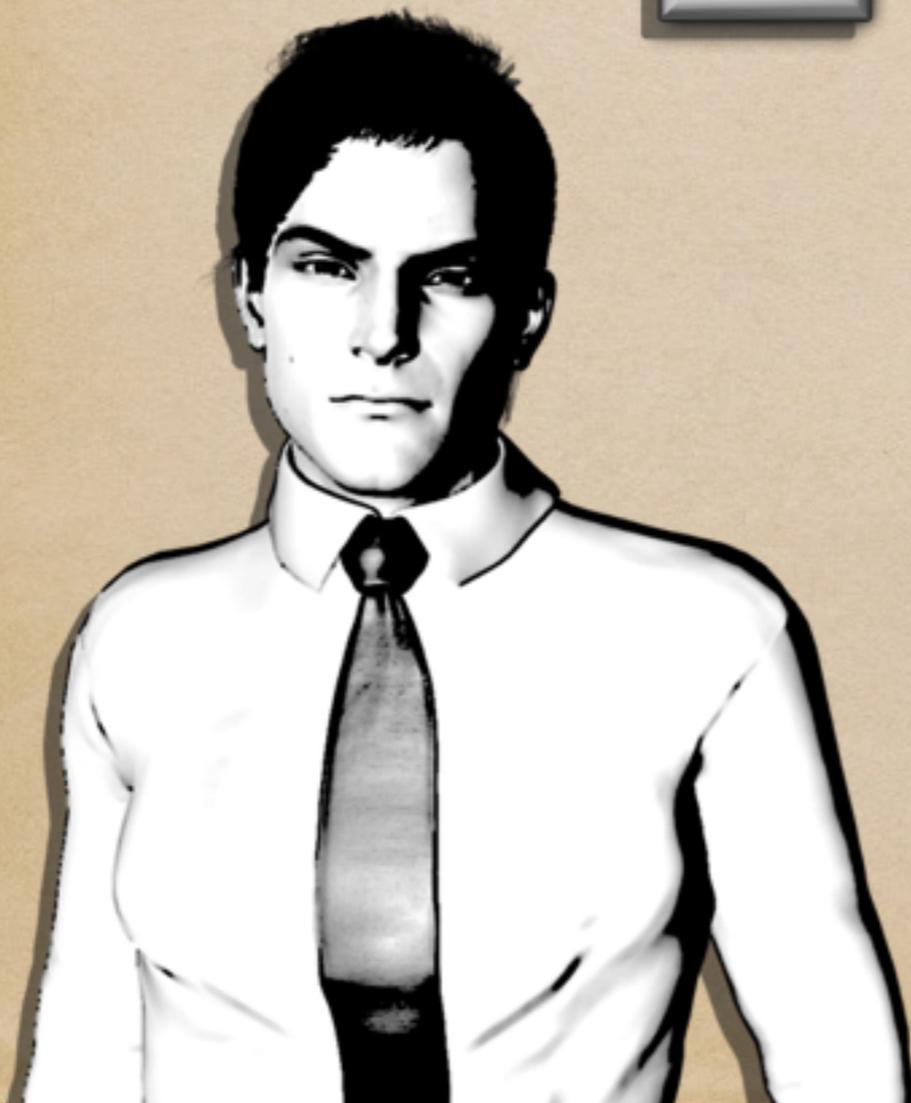
Dann wenden wir uns an
unseren festen Partner.



Das ist gut, dann kennen Sie dieser Art der Dienstleistung ja schon. Sind Sie denn mit Ihrem festen Partner auch zufrieden?



Ja klar, deshalb arbeiten wir ja auch zusammen!



Tja, das war wohl nix!

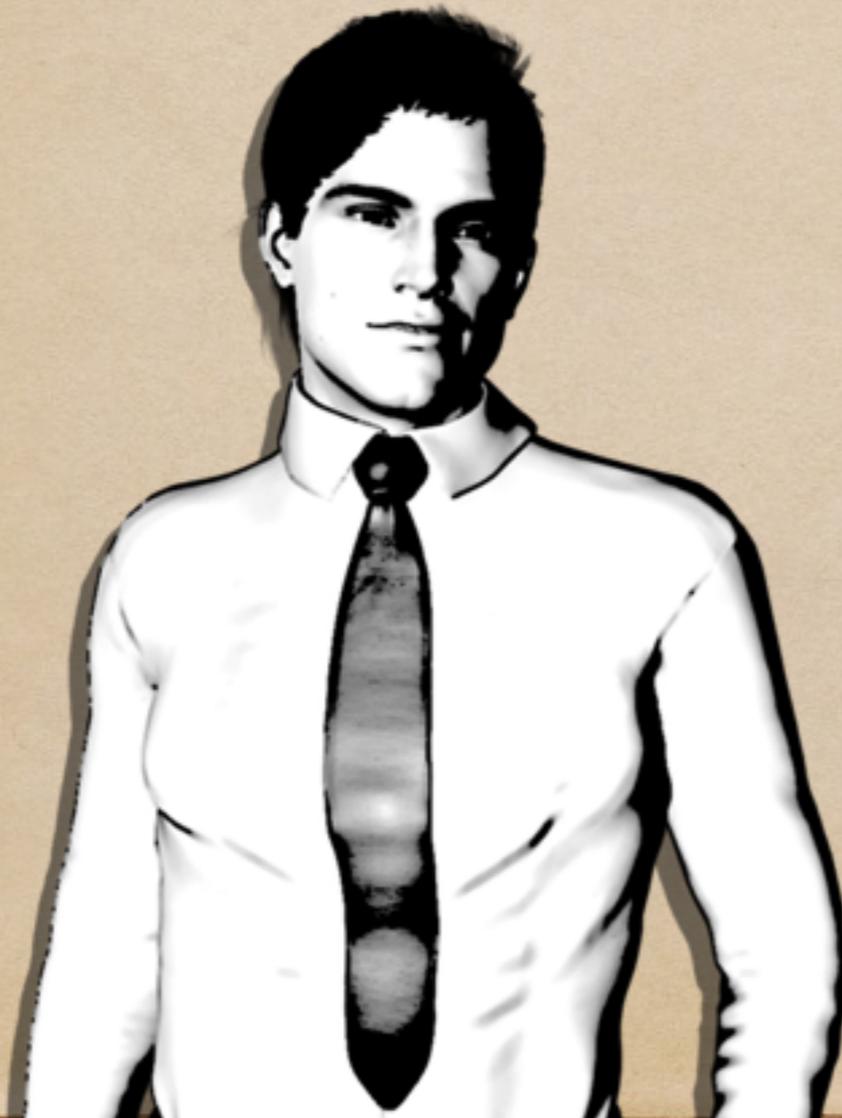
**Ein weiterer
Einwand**



Schicken Sie uns doch einfach mal zwanglos Ihre Unterlagen zu.



Ich bringe sie Ihnen gerne vorbei.



Danke, das ist unnötig, Postboten erhalten bei uns keine Beratungsmandate.



Schade, dass es jetzt nicht klappt, kann ich mich denn später wieder mal bei Ihnen melden?



Dagegen kann ich mich ja ohnehin nicht schützen.



Toll gemacht, nicht wahr?

Leider erfolglos!



**Das
persönliche
Gespräch**

Mir völlig unverständlich, wie er das gemacht hat, er ist doch tatsächlich persönlich vor Ort und will verkaufen...



...und so führt die Firma Comp-Any die Beratungsmandate durch, was halten Sie davon?

Wie bereits am Telefon erwähnt, haben wir diesbezüglich schon einen festen Rahmenvertragspartner.



Wie werde ich denn ebenfalls
Rahmenvertragspartner und
Zulieferer für Ihr Unternehmen?

Unterbieten Sie einfach deutlich
die aktuellen Preise, dann sehe
ich vielleicht eine Chance.



**Ein
geldbezogener
Einwand**



Finden Sie uns zu teuer?
Woran bemessen Sie das?

An der von Ihnen angebotenen
Leistung sowie an Ergebnissen
des Wettbewerbs, woran
denn sonst?!



**Die immer wieder
gerne durchgeführte
Ursachenforschung**

...und nochmal:
Autsch die Zweite!



Warum kaufen Sie denn bei unserem Wettbewerber?

Jetzt zähle ich gerne sämtliche Vorteile seines Konkurrenten auf und beschönige diese noch ein klein wenig, das wird ein Spass!



Ja, hau ihm verbal eine rein,
gib ihm ein paar voll auf die
Zwölf...er bettelt ja darum!!!

**Informationen, die einen
Rückschlag bedeuten!**



Was würden Sie denn bei Ihrem aktuellen Anbieter verbessern wollen?

Gerne würde ich den Preis etwas nach unten korrigieren.



Haha, und noch ordentlich
Salz in die Honorarwunde!!

**Der
geldbezogene
Einwand:
Teil 2**



Was erwarten Sie denn von einem Anbieter beratungsintensiver Dienstleistungen?

Nur die üblichen Standards: Die beste Leistung, innerhalb der kürzesten Zeit und das zum niedrigsten Preis



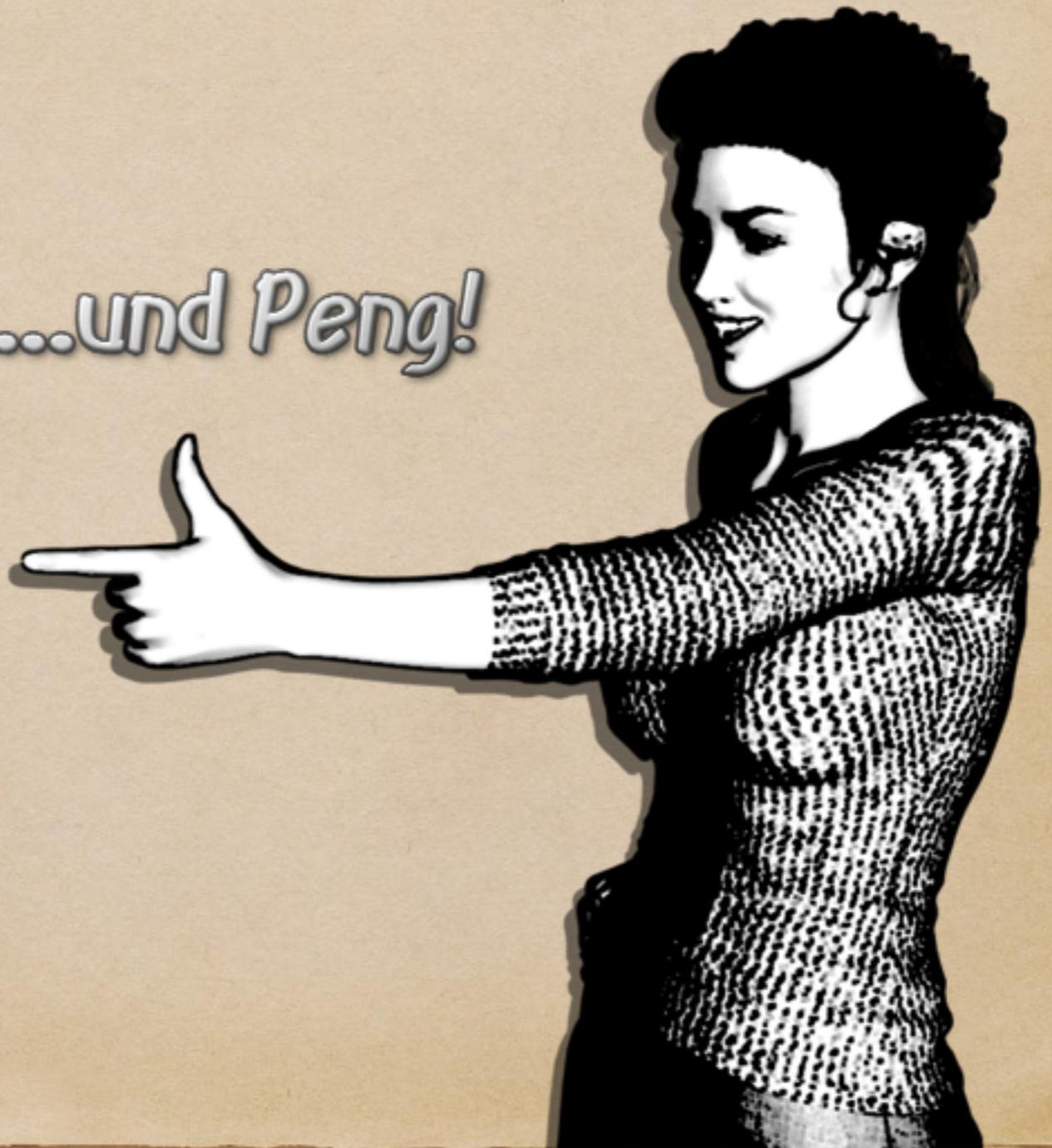
Was für ein Gemetzel!



**Erneut Informationen,
die einen weiteren Rück-
schlag mit sich bringen!**



...und Peng!



Etwas Zeit vergeht und er meldet sich wieder telefonisch.

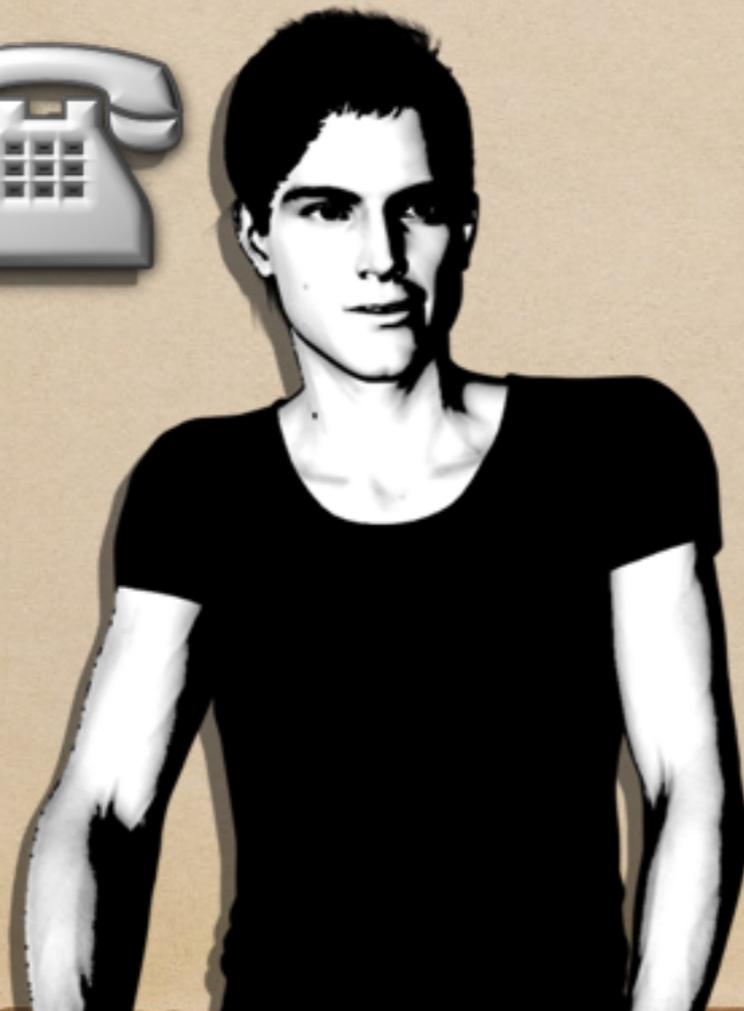


**Das Wichtigste:
Dranbleiben!**

Hallo Frau Kunde, ich wollte mich mal wieder melden.

Haben Sie inzwischen Bedarf?

Schade und ich melde mich wieder...



Oh, hallo, was gibt's?

Nein, noch nicht.



Und pünktlich vier
Wochen später...



**Noch wichtiger:
Penetrantes Dranbleiben!**

Hallo Frau Qunde, ich wollte mich mal wieder melden...

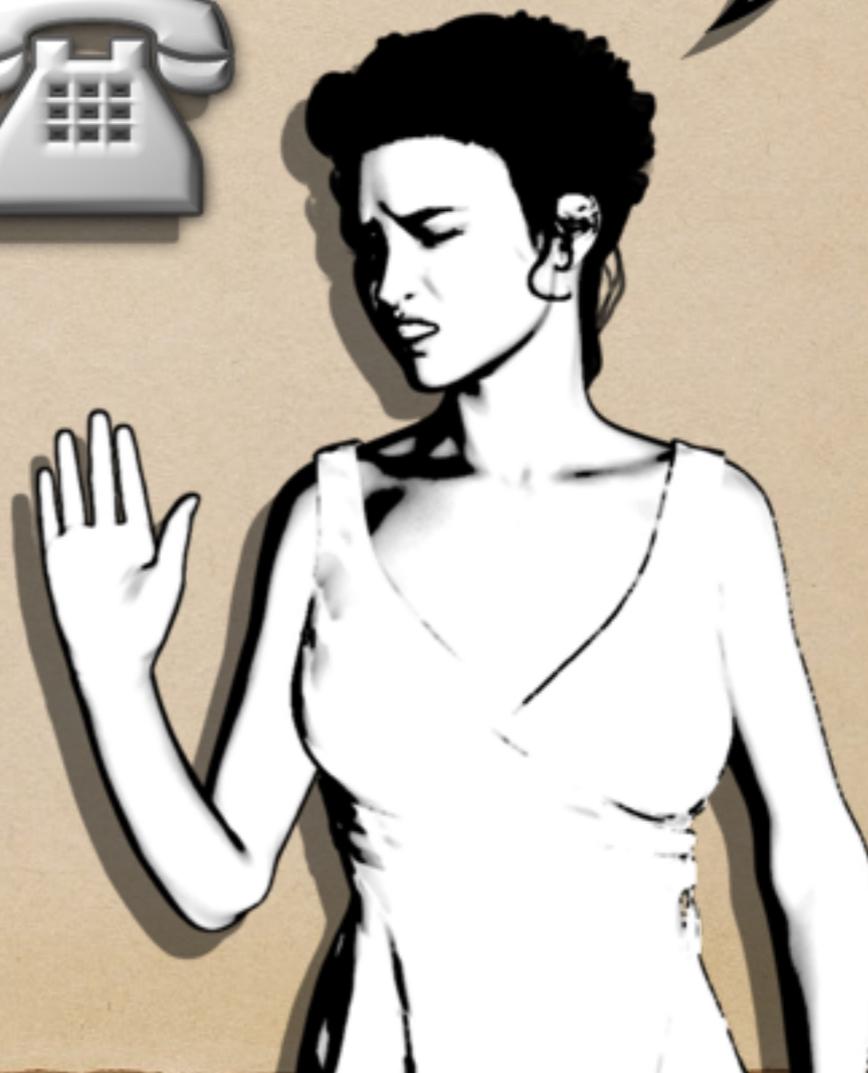
Haben Sie denn jetzt Bedarf?

Das ist toll, ich freue mich, vielen Dank und auf bald.



Ach ja? Was gibt's diesmal?

Noch immer nicht, ICH melde mich bei Ihnen, wenn wir ein Projekt haben, ok?

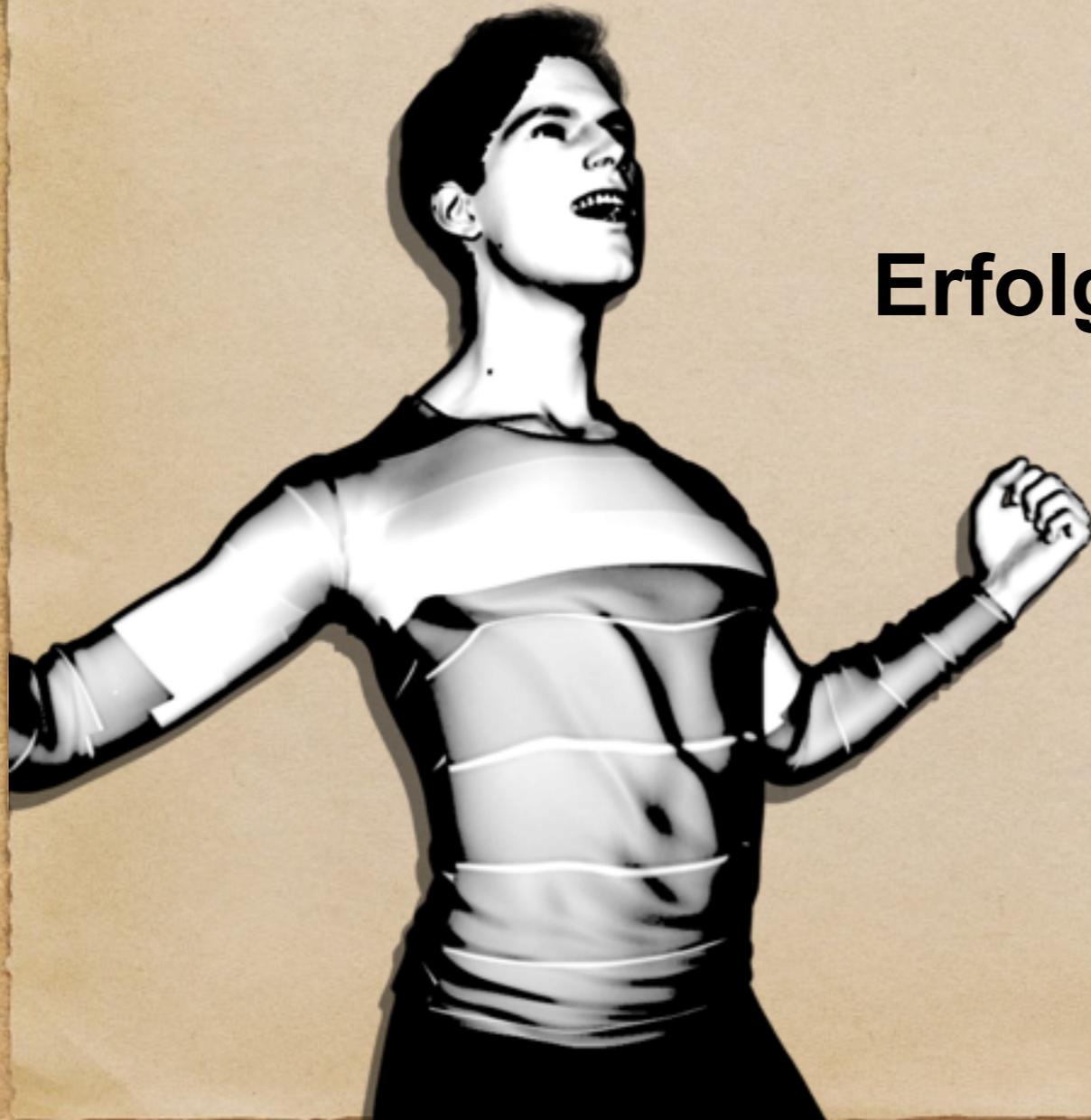


Ist denn das als konkreter Verkauf zu werten? Er hält die Sache doch tatsächlich für aussichtsreich.

Positives Denken!



Juhuu, ich trage es gleich in die Datenbank als hoher Potenzial-Verkauf ein. Ich eben ein Top-Consultant!



Erfolg auf der ganzen Linie!

Wieder erfolgreich eine Kundin
vertrieben, weiter so!



Keine Chance dem
Fehlerteufel

Teure Gesprächsfehler vermeiden,
Aufträge und Mandate akquirieren,
so klappt`s...

DAS Seminar für verkaufsorientierte Consultants:
Die Kunst der Akquisition

Die einzelnen Module bestehen aus jeweils 3 Seminartagen, welche jeweils täglich von 8.45 Uhr bis 17 Uhr ablaufen. (oder nach den Notwendigkeiten des Seminarverlaufs) Jedes Modul erfordert die Investition von € 3 350.- zzgl. USt. (inklusive Konferenzgetränke sowie Mittagsverpflegung)

Modul 1

Die telefonische Terminvereinbarung:

- Grundlegende Überlegungen vor dem Griff zum Hörer
- Die eigene Vorstellung
- Vorbei an der Vorzimmerassistentin
- Die Kurzpräsentation beim Ansprechpartner
- Souverän auf Einwände reagieren:
 - z.B. „Daran haben wir keinen Bedarf.“
 - „Wir sind bereits bei Ihrem Wettbewerber.“
 - „Senden Sie uns erst einmal Unterlagen zu.“

Das persönliche Gespräch

- Der Gesamt Ablauf eines Verkaufsgesprächs
- So bleiben Sie in positiver Erinnerung
- Den Kunden strukturiert zum Abschluss führen
- Psychologische Grundkenntnisse
- Ein praxisnahes Argumentationsmuster
- Modelle der Verhandlungsführung
- „Kein Bedarf!“ was jetzt?
- Techniken der gezielten Manipulation

Modul 2 (Voraussetzung ist das erfolgreiche Absolvieren von Modul 1)

- Gesamtwiederholung und Erfahrungsaustausch
- Der gelungene „Elevator Pitch“
- Einwände clever parieren
 - z.B. „Wir haben Rahmenverträge mit anderen Anbietern.“
 - „Ihr Unternehmen ist zu unbekannt“
 - „Das erledigen wir selbst.“
 - „Sie sind zu teuer.“
- Die gekonnte Preisverhandlung - Forderungen durchsetzen
- Auswahl und Einsatz der passenden Abschlußtechnik
- Nachakquisition, die Ergebnisse bringt
- Das praxisorientierte Abschlußspiel

Jeder Teilnehmer erfährt eine garantierte, persönliche Leistungs-steigerung. Dies wird durch das abschliessende Spiel zum Ende von Modul 2 sichergestellt, bei welchem jeder Einzelne sein neu erworbenes Wissen in der Praxis einsetzt.

Bei Buchung beider Module im Vorfeld entsteht ein Frühbucherrabatt von 20% und damit eine Seminargebühr von € 5 360.- zzgl. ges. USt.

Die so entstandene Gesamtersparnis von über € 1 300.- kann gewinnbringend anderweitig in die Entwicklung fähiger Mitarbeiter investiert werden.

TERMINE

finden Sie unter:

www.mildner-associates.de

**Ich freue mich auf Ihre
Akquisitionserfolge,**

Andreas Mildner

MobilTel.: +49-(0)-172 - 85 19 282

Mail: andreas@mildner-associates.de

