



Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation

Verkaufen ist wie flirten



„Sieger verkaufen Informationen, Verlierer Produkte & Rabatte“



Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation

1. Neukundengewinnung

2. Neukundenbindung

**3. Der Kunde trägt das Risiko einer falschen
Entscheidung**





Gründe, warum Kunden kaufen:

- Preis
- Qualität
- Image
- Leistung
- Merkmal, Vorteil
- Lösung
- Service
- Komfort



4. Wenn der Verstand und das Gefühl miteinander ringen, gewinnt fast immer das Herz!



Die 9 Phasen eines Verkaufsgesprächs

1. Gesprächsvorbereitung
2. Begrüßung & Aufwärmphase
3. Gesprächseinstieg
4. Kundensituation ergründen
5. Bedarf erkennen & wecken
6. Kaufwunsch wecken
7. Lösungsvorschlag
8. Abschlussphase
9. Nachbereitung



Die 9 Phasen eines Verkaufsgesprächs

1. Gesprächsvorbereitung

- Kundeninformationen ansehen
- Familie, Hobbys, Persönliches

2. Begrüßung & Aufwärmphase

- freundlich & selbstbewusst
- angenehme Gesprächsatmosphäre herstellen
- Smalltalk
- positiv!!
- mindestens 1x gemeinsam lachen 😊



Die 9 Phasen eines Verkaufsgesprächs

3. Gesprächseinstieg

- Kurz-Vorstellung der eigenen Person
- 2-3 Visitenkarten übergeben
- Gesprächsrahmen abstecken
- Grund, Dauer, Ziel
- Erwartungshaltung des Kunden

"Welche Punkte sind für Sie wichtig, damit Sie zufrieden sind?"



Die 9 Phasen eines Verkaufsgesprächs

4. Kundensituation ergründen

- Ist-Situation
- Bedarf erkennen
- Kaufsignale erkennen & testen
- Aktives Zuhören

5. Bedarf erkennen & wecken

- Mangeldefinition
- Was ist, wenn ...
- Vorteile & Nutzen



Die 9 Phasen eines Verkaufsgesprächs

6. Kaufwunsch wecken

- Wunsch nach Mangelbeseitigung
- Wenn, dann ... -Frage
- vertiefende Fragen

7. Lösungsvorschlag

- verständlich formulieren
- Kundennutzen darstellen
- Wünsche & Ziele des Kunden berücksichtigen
- Nützlichkeitsfragen
- Einwandbehandlung



Die 9 Phasen eines Verkaufsgesprächs

8. Abschlussphase

- den „Sack zumachen“
- Einwandbehandlung
- Empfehlungsfrage bei „Zufriedenheit“ des Kunden

9. Nachbereitung

- Neue Informationen eintragen



3 Voraussetzungen für den Erfolg im Verkauf

- Fachwissen
- Verkaufswissen
- Menschenkenntnis



Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation

Referenzen





Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation





Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation

Aktives Zuhören





Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation

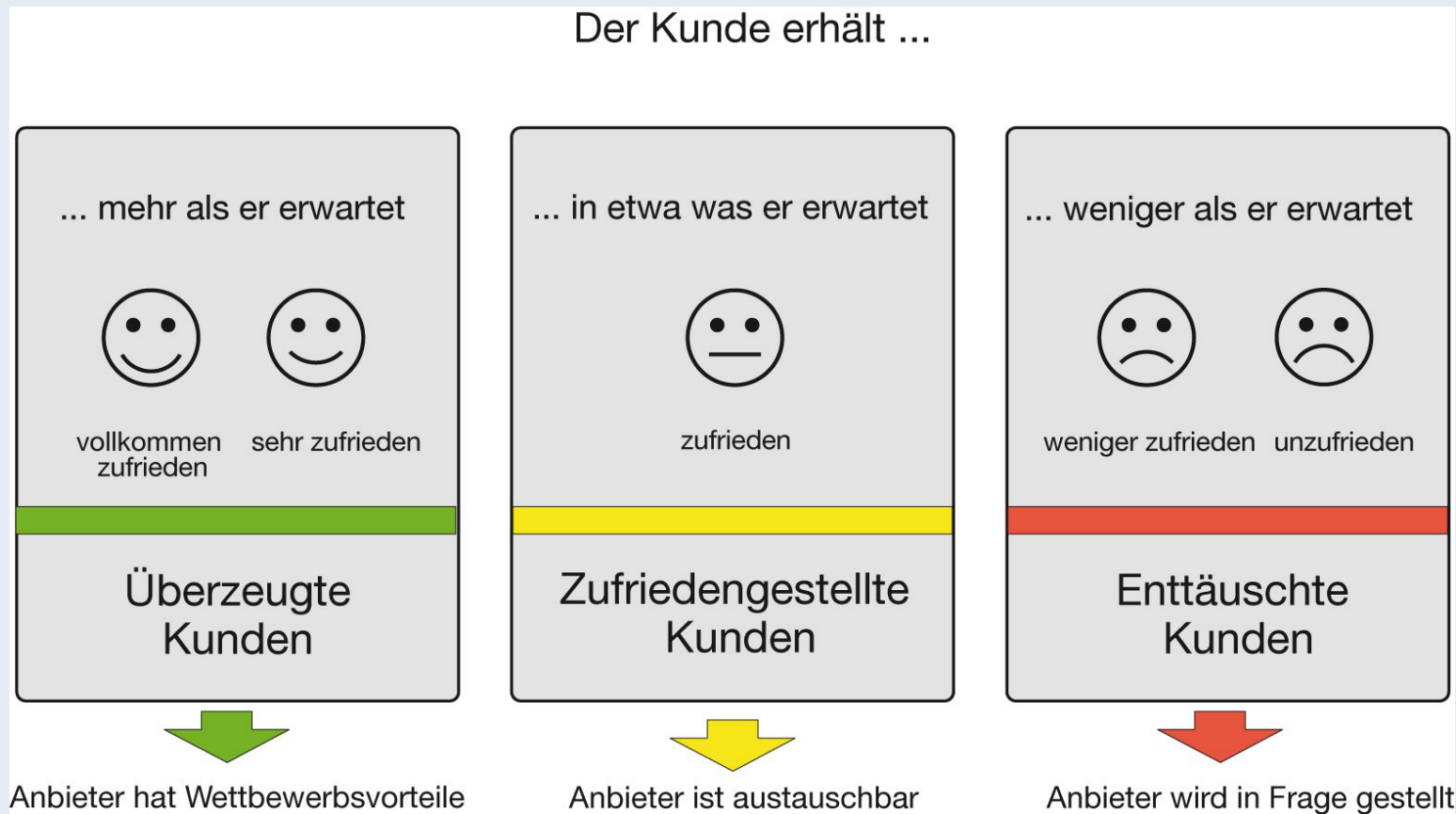
Wer richtig fragt, der führt ein Gespräch zum Abschluss





Zusammenhang zwischen Erwartungshaltung und Begeisterung

Der Kunde ist zufrieden – und wandert ab



Quelle: ServiceBarometer AG, Kundenmonitor Deutschland, Ergebnisse 2010



Zufriedene Kunden

- Erwartungen werden erfüllt, mehr nicht
- kaum Kundenbindung
- offen für Angebote vom Wettbewerb

Begeisterte Kunden

- Erwartungen werden übertroffen
- Kundenbindung, Loyalität
- sprechen Empfehlungen aus



Gewinnen Sie das Herz Ihres Kunden!



Wie erziele ich Begeisterung?

- anders sein als die Anderen
- anders sein als der Kunde es erwartet





So erziele ich Begeisterung bei meinen Kunden

- Zusagen verbindlich einhalten
- unverzüglich auf Anfragen reagieren
- Service-Gespräche anbieten – auch ohne Verkauf
- ernsthaft für Kunden interessieren -auch ohne Verkauf
 - ⇒ Kinder, Hobby, Urlaub, Haustiere
- Kunden als Menschen und Partner sehen
- Persönliches preisgeben – stärkt die Beziehungsebene



So erziele ich Begeisterung bei meinen Kunden

- bei einer Empfehlung mit einer persönlichen Aufmerksamkeit bedanken
- persönliche Grußkarten zu bestimmten Anlässen
- bieten Sie einen Mehrwert
- Seien Sie einzigartig!



Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation

Kundenkorrespondenz kann

- neugierig machen
- überraschen
- Erwartungen übertreffen
- die Sinne ansprechen und Empfindungen auslösen
- die Unternehmensidentität veranschaulichen
- die persönliche Bindung mit Ansprechpartnern aufzeigen
- die persönliche Bindung ausbauen und intensivieren



Kurz:

Begeistern



Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation

Machen Sie Kunden zu Fans!





Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation

5 Gründe, warum ein Kunde bei Ihnen kaufen soll:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____



Führen mit Zielen

Spezifisch

Messbar

Akzeptiert

Realistisch

Terminiert



Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation



**Der Köder muss dem Fisch
schmecken und nicht dem Angler.**



Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation

**Menschen kaufen
keine Produkte, keine Rabatte
und Nachlässe,
sondern Nutzen, Vorteile und
Werte.**



Nutzenorientiert formulieren und argumentieren

- Menschen suchen ihren Vorteil
- deutlich machen, warum es sich für den Kunden lohnt, unserem Wunsch entsprechend zu handeln
- einen Nachteil zu verhindern, ist auch ein Vorteil

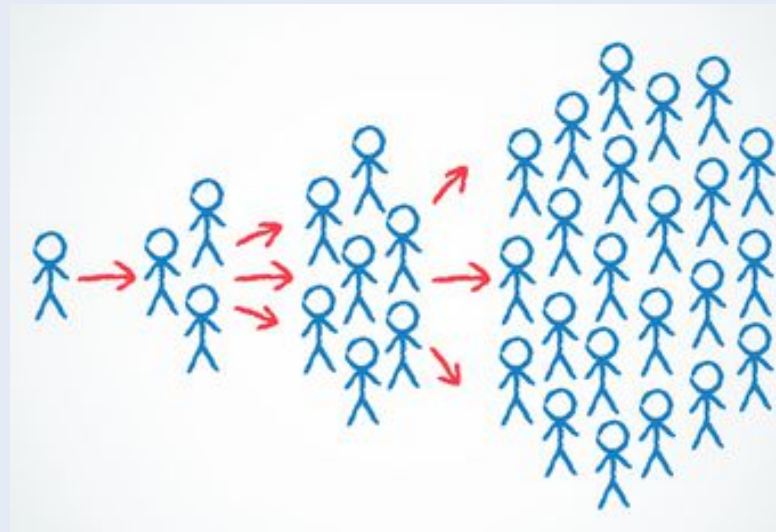




Heiko T. Ciesinski

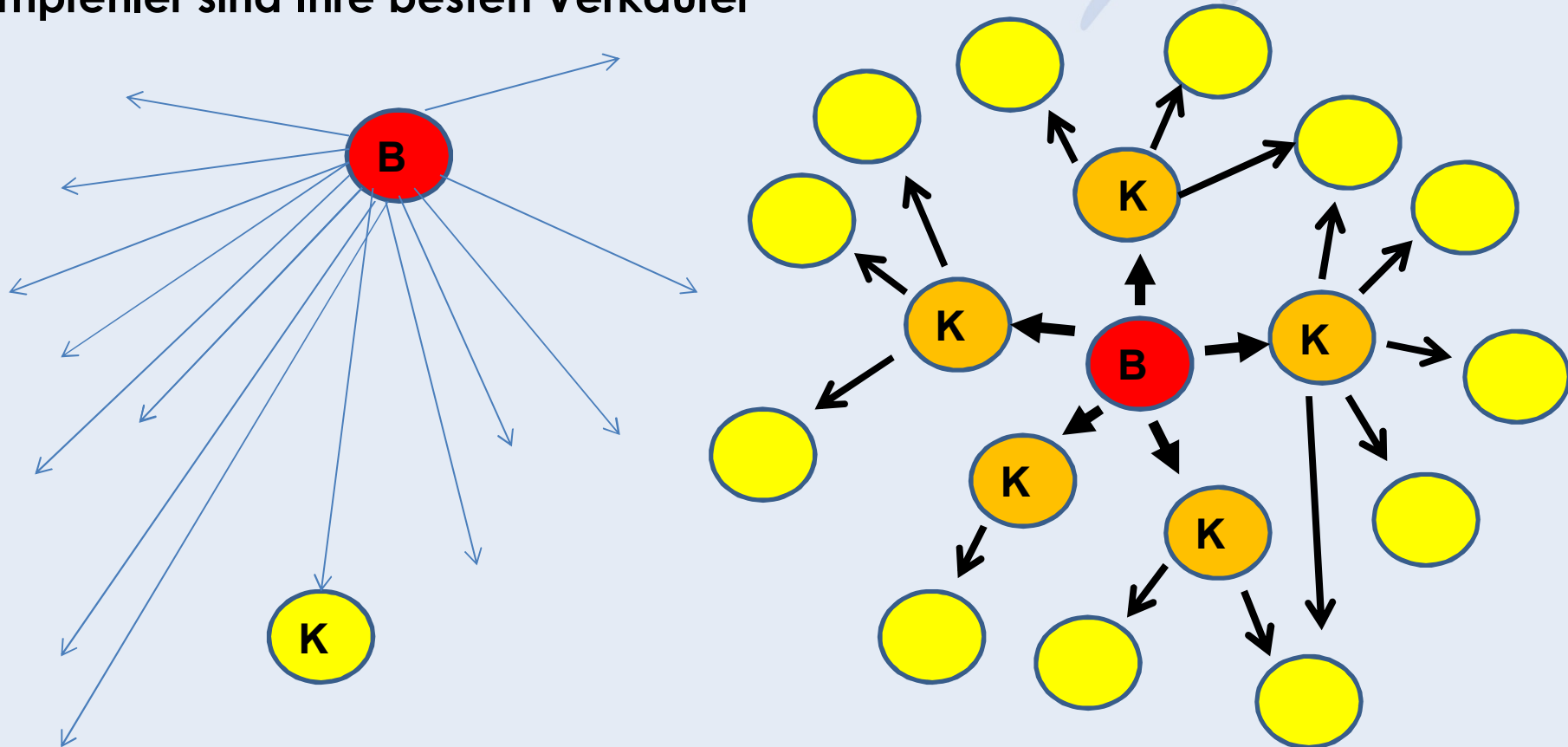
Der Experte für Kommunikation

Die Empfehlungsfrage





Empfeher sind Ihre besten Verkäufer





Die 7 größten Fehler im Verkauf

1. fehlendes Vertrauen
2. zu hoher Redeanteil
3. Behaupten & Aussagen aufstellen
4. Kunden zufrieden stellen
5. Produkte & Rabatte verkaufen
6. Zögern bei der Abschlussfrage
7. keine bzw. schlechte Empfehlungsfrage



Problem beim Verhandeln: Feilschen um Positionen

- je mehr ein Verhandlungspartner seine Position verteidigt, umso stärker ist er daran gebunden
- umso schwieriger ist es, diese Position noch zu verändern, ohne das Gesicht zu verlieren
- dies gilt für beide Verhandlungspartner
➔ Verharren auf Positionen



Die Lösung: Das Harvard-Konzept

Sachbezogenes Verhandeln

4 Grundaspekte

Menschen: Menschen und Probleme getrennt voneinander behandeln

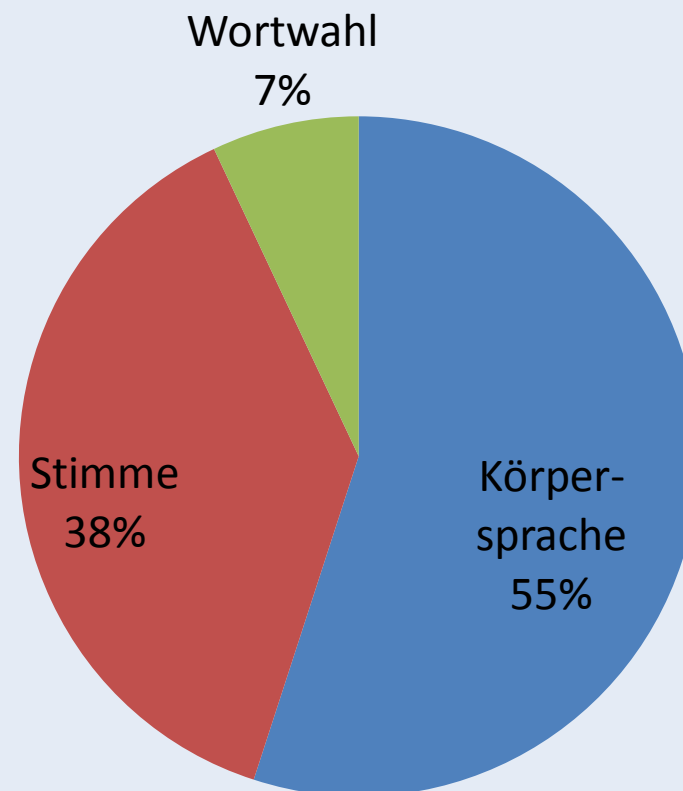
Interessen: Nicht Positionen, sondern Interessen in den Mittelpunkt stellen

Möglichkeiten: Vor der Entscheidung verschiedene Wahlmöglichkeiten entwickeln

Kriterien: Das Ergebnis auf objektiven Entscheidungsprinzipien aufbauen



Die Bedeutung der Körpersprache und nichtsprachlicher Signale





Allgemeine Tipps für die Einwandbehandlung:

- Bleiben Sie ruhig und sachlich!!
- Einwand = Interesse am Thema
- Preisreduzierungen abzuwehren ist **die** Aufgabe des Verkäufers
- Lassen Sie den anderen ausreden
- Setzen Sie sich mit den Wünschen des anderen ernsthaft auseinander
- Reagieren Sie mit einer Gegenfrage, um Zeit zu gewinnen
- Bei fachlich schwierigen Themen, nehmen Sie einen Spezialisten dazu



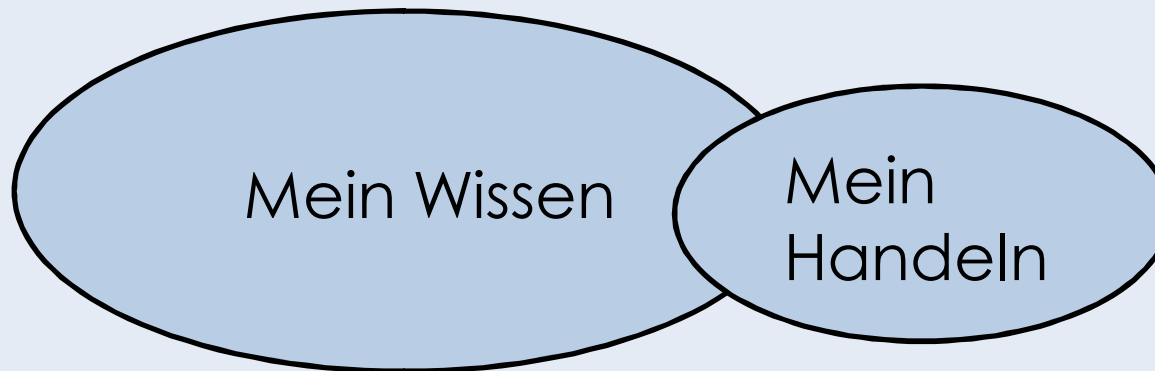
Heiko T. Ciesinski

Der Experte für Kommunikation





Nicht: Kenne ich das schon?



Sondern: Lebe ich mein Wissen?

Erfolg = **T** **U** **N**

