

Einführung in die Kunst des Vertriebs für IT - Freelancer

GI – Arbeitskreis Selbständige
Nürnberg am 28. April 2006

Die Themen heute:

- Definitionen
- Grundvoraussetzungen
- Techniken
- Anwendung beim Kunden
- Resümee

Definition Vertrieb

- Beim **Vertrieb** handelt es sich um eine betriebliche Funktion, die sich mit dem **Absatz (Verkauf)** der Dienstleistung / des Produktes **befasst**.
 - Direktvertrieb** = Anbieter richtet sich direkt an den Kunden (**Akquise**).
 - Indirekter Vertrieb** = Der Kunde wird indirekt über „Dritte“ angesprochen (Handel).
- Vertrieb ist ein Instrument des Marketings
- Neben dem Vertrieb gehören zum Marketing die Bereiche
 - Produkt / Dienstleistung
 - Preis
 - Kommunikation / Werbung

Definition Verkauf

- Verkauf ist der betriebswirtschaftliche Austauschprozess von Gütern (Waren und Dienstleistungen) gegen (zumeist) Entgelt.
- Im Handel mit Tauschgütern und beim Verkauf gegen Naturalien erfolgt der Verkauf nach den gleichen Bedingungen.
- Auch ist Verkauf die Bezeichnung der letzten Funktion in der betrieblichen Wertschöpfungskette (Betriebsprozess) von Waren und Dienstleistungen beziehungsweise für die Liquidation von Privatbesitz (C-to-C).
- Die wichtigsten Elemente des Verkaufes werden vom Marketing bestimmt sowie von zielgerichteter Rhetorik und Verkaufspsychologie.
- Das Ziel des Verkaufs im gewerblichen und freiberuflichen Bereich ist es häufig, Gewinn zu realisieren.

„ES GIBT KEINE ZWEITE CHANCE FÜR DEN ERSTEN EINDRUCK!“

Grundvoraussetzung:

Persönliche Wirkungsmittel

Der größte Teil des Gesamteindrucks von einem Menschen entsteht durch persönliche Wirkungsmittel (93 %) und ist nur zu einem kleinen Teil durch unsere Worte beeinflussbar (7 %).

Persönliche Wirkungsmittel sind

- Aufrechte Körperhaltung
- Offener Blickkontakt
- Gestik, Mimik,
Händedruck,
Distanzverhalten
- Der freundliche Klang der
Stimme
- Die angemessene Kleidung
- Die Aufmachung: stimmige
Statussymbole, Schmuck,
Friseur, gepflegt sein, Geruch
- Wissen um Kleidung und Stil
im Geschäftsleben

Grundvoraussetzung:

Persönliche Wirkungsmittel

Bitte beachten Sie immer:

„Sie können nicht nicht
kommunizieren! “

Grundvoraussetzung:

Persönliche Eigenschaften

- Beharrlich in der Verfolgung von Zielen
- Sympathisch u. einfühlsam
- Guter Zuhörer
- Positives Denken
- Der freundliche Klang der Stimme
- Regelmäßiges Training
- Probleme lösen, statt Kunden zu problematisieren
- Ideen, Visionen verkaufen – nicht Produkte oder den Preis
- Gepflegtes Äußeres
- Selbstdisziplin
- An sich selbst arbeiten und neue Wege ausprobieren

Nicht vollständig! Die Reihenfolge entspricht keiner Wertung!

Grundvoraussetzung:
KUNDE

Warum kauft ein Kunde?

Kunden haben

MOTIVE
und / oder
ZIELE!

TECHNIK

„Wenn Du redest, sollte Deine Rede besser sein, als Dein Schweigen gewesen wäre!“

Arabisches Sprichwort

Achten Sie deshalb auf die Einhaltung der 70:30 Regel in Kundengesprächen!

TECHNIK

in (Verkaufs)Gesprächen:

Fragetechnik

Nutzenargumentation

Einwandbehandlung

Abschlusstechnik

Verhandlungstechnik

1. Zusammenfassung

- Menschen kaufen keine Produkte oder Dienstleistungen, sondern das, was das Produkt für sie tut. – *Warum kauft ein Kunde?*
- Unterschiedliche Menschen stellen unterschiedliche Anforderungen an das Produkt und an den Verkäufer. – *Erwartungen erfüllen!*
- Der Verkäufer hat seine Existenzberechtigung in der Kommunikation: nicht spekulieren sondern fragen! – *Fragetechnik!*
- Der Kunde erwartet vom Verkäufer eine umfangreiche Warenkenntnis. Nur so können Produktmerkmale in Kundennutzen – Argumente umgewandelt werden. – *Nutzenargumentation!*

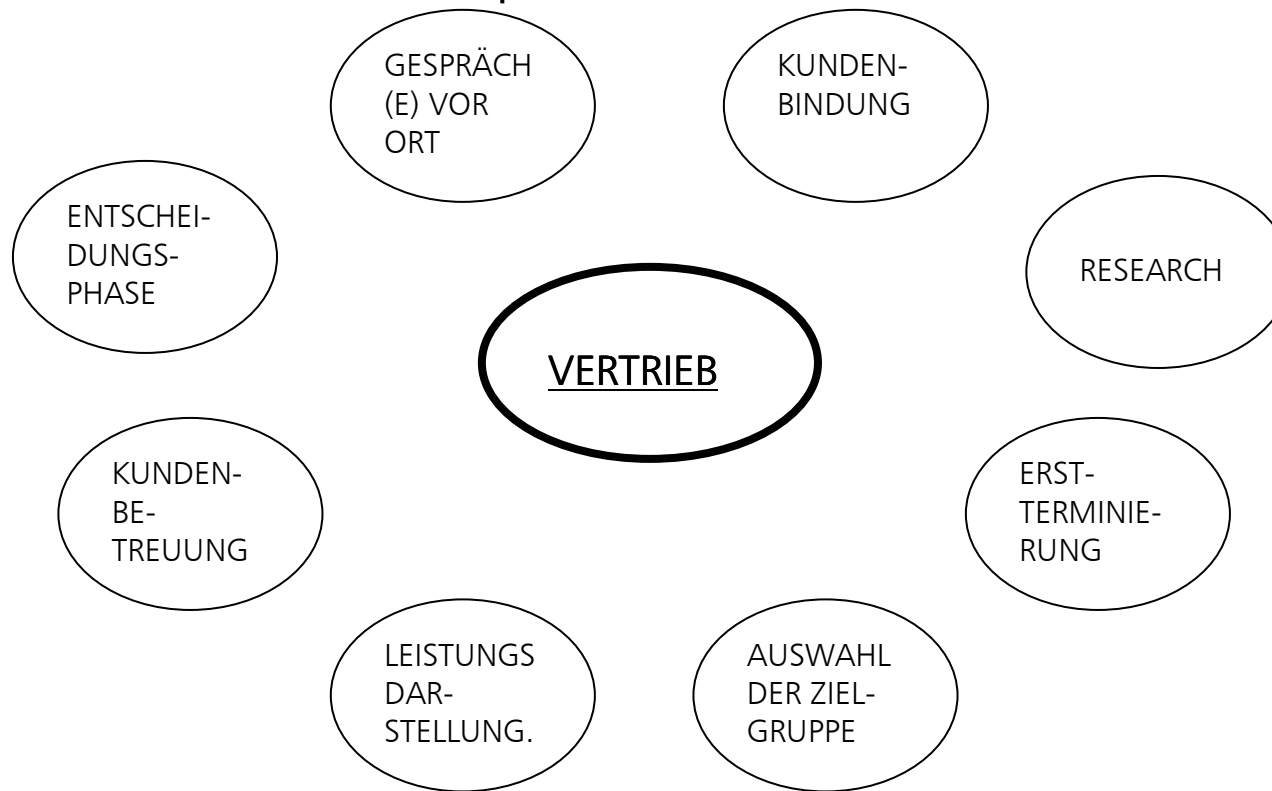
Und nun ...

... ein Test:

Welche Art Verkäufer sind Sie?

Anwendung beim Kunden

Was ist denn überhaupt alles zu tun?



Anwendung beim Kunden:

Terminierungstelefonate

- Die innere Einstellung entscheidet über den Terminierungserfolg!
- Setzen Sie sich Maximal- und Minimalziele!
- Seien Sie hartnäckig aber nicht aufdringlich!
- Schließen Sie Terminierungstelefonate stets positiv ab!
- Vorfahrtsregel: Top Down vor Bottom up!
- Kommen Sie direkt auf den Punkt!
- Stellen Sie den konkreten Nutzen eines BT dar!
- Beachten Sie die Bedeutung des aktiven Zuhörens!

Anwendung beim Kunden:

Phasen des persönlichen Erstgespräches

1. Vorbereitung
2. Der erste Eindruck
3. Begrüßung
4. Emotionales Statement
5. Bedarfsanalyse
6. Zusammenfassung /
Konkreter Verbleib
7. Verabschiedung
8. Nachbearbeitung

Und nun ...

... noch ein Test:

Können Sie zuhören?

Anwendung beim Kunden:

After Sales

Beziehungspflege = Überraschungen

Denn: Wenn es langweilig wird, geht der Kunde fremd!

Kreativität ist gefordert:

- A lles
- A nders
- A ls
- A lle
- A nderen!

Anwendung beim Kunden:

After Sales - Alarmsignale

Hinweise auf einen möglichen Kundenverlust:

- Informelle, spontane Kontakte werden schwieriger (Sonst konnten Sie auch immer mal zwischendurch und unangemeldet kommen)
- Hinweise auf Ihre Mitbewerber und deren Angebote werden häufiger
- Entscheidungen dauern länger als sonst
- Zugesagte Rückrufe werden seltener.

Anwendung beim Kunden:
Verhandlungen

Verhandlungspositionen einschätzen!

Erklärte Position
Lieferant

Erklärte Position
Kunde

DISTANZ

Echte Position
Lieferant

- !!!!! -

Echte Position
Kunde

Die vorrangige Aufgabe der Verhandlungspartner besteht darin, die tatsächliche Distanz zwischen den echten Positionen einzuschätzen!

2. Zusammenfassung

Was unterstützt Sie auf jeden Fall im Vertrieb:

- Eine gründliche Vorbereitung
- Eine professionelle Darstellung
(Person, Unternehmen, Leistung)
- Aktives Zuhören
- Die Fähigkeit Motive und Ziele des Kunden zu erkennen
und darauf einzugehen.

Resümee

Kunden kritisieren Verkäufer, die ...	
... keine Anregung zum Kauf geben	45 %
... wenig Sensibilität und Geschick im Gespräch zeigen	37 %
... nicht bereit sind, ihnen genügend Zeit zu widmen	26 %
... sich kaum bemühen, die optimalen Produkte und Dienstleistungen zu empfehlen	21 %
... mit Hochdruck verkaufen	9 %

Und eine andere Sicht der Dinge

Kunden kritisieren Verkäufer!!!

Verkäufer sind dazu da, um zu verkaufen! Sie werden darauf geschult und trainiert! Das ist ihr Job!

Und trotzdem kritisieren Kunden Verkäufer!

Wie wären die % bei **FREELANCER**, wenn sie verkaufen?

Ihr „Job“ ist nicht verkaufen!

Oder doch?

HELMUT HEIM



HELMUT HEIM



Coaching
Entwicklung
Gespräch
Training

Gneisenaustraße 3
90491 Nürnberg
Tel. 09 11 – 5 19 31 24
Fax 09 11 – 5 19 31 25
berater@HelmutHeim.de
www.HelmutHeim.de

Coaching und offene Trainingsangebote mit Schwerpunkt
Vertrieb von erklärungsbedürftigen Produkten und
Dienstleistungen B – 2 – B.
Nachwuchs(führungs)kräfteentwicklung.
Angebote und Termine unter www.HelmutHeim.de