

Wolfgang Stoffel

99 Tipps für den erfolgreichen Verkauf

Verkäuferpersönlichkeit

Kundenmanagement

Verkaufpsychologie

Cornelsen

INHALTSVERZEICHNIS

Noch etwas vorweg ... 9

Was den erfolgreichen Verkäufer heutzutage auszeichnet

- Tipp 1** Wissen, Können, Wollen: Voraussetzungen des erfolgreichen Verkäufers ... 11
- Tipp 2** Lassen Sie Ihren Kunden einen Mangel spüren 13
- Tipp 3** Besitzen erfolgreiche Verkäufer bestimmte Persönlichkeitsmerkmale? .. 15
- Tipp 4** Immer etwas besser wirken als es die Situation erfordert 15
- Tipp 5** Verkauf hat immer auch mit Moral zu tun..... 16

Welche Kompetenzen ein erfolgreicher Verkäufer mitbringen muss

- Tipp 6** Werden Sie ein guter Fachathlet: Üben Sie den Verkäufer-Zehnkampf 18
- Tipp 7** Fachliche Kompetenz: Werden Sie zum Spezialisten für Ihre Produkte 19
- Tipp 8** Persönliche Kompetenz: Gewinnen Sie emotionale Stabilität 20
- Tipp 9** Organisatorische Kompetenz: Gehen Sie die wirklich wichtigen Dinge an 21
- Tipp 10** Kommunikative Kompetenz: Setzen Sie Sprache bewusst ein 22
- Tipp 11** Soziale Kompetenz: Verstehen Sie sich als Beziehungsmanager..... 26
- Tipp 12** Technische Kompetenz: Technik ist kein Selbstzweck 28

- Tipp 13** Verkäuferische Kompetenz: Begeistern Sie Ihre Kunden . 30
- Tipp 14** Service- und Dienstleistungskompetenz: Immer ein bisschen mehr leisten als unbedingt nötig 31
- Tipp 15** Unternehmerische Kompetenz: Vom Mitarbeiter zum Mitunternehmer 33
- Tipp 16** Methodenkompetenz: Immer kühlen Kopf bewahren 34
- Tipp 17** „Weiche“ Kompetenzen: Soft-Skills statt Hard-Selling 35

Was Kunden von Verkäufern erwarten

- Tipp 18** Was am Bild „König Kunde“ stimmt – und was nicht 37
- Tipp 19** Eine gute Geschäftsbeziehung realisiert den Vorteil beider Verhandlungspartner 38
- Tipp 20** Eine Kundenbeziehung ist immer eine „temporäre Allianz“ 39
- Tipp 21** Nach dem Verkauf ist vor dem Verkauf..... 39

Welche Chancen der Verkäuferberuf heutzutage bietet

- Tipp 22** Als Verkäufer vermitteln Sie emotionale Sicherheit 41
- Tipp 23** Printmedien ersetzen keine individuelle Beratung..... 42
- Tipp 24** Kunden, die nicht aktiv recherchieren, erreicht das Internet nicht 42
- Tipp 25** Wie man Kunden gewinnt, die den Verkauf bewusst umgehen 43

Worin der Unterschied zwischen Handel und Verkaufsaußendienst besteht

- Tipp 26** Handel und Außendienst erschließen jeweils andere Zugänge zum Produkt 44
- Tipp 27** Außendienstler und Händler holen Ihre Kunden an verschiedenen Stellen ab 45
- Tipp 28** Der Außendienstler muss den Bedarf des Kunden wecken 45
- Tipp 29** Der Händler muss den Bedarf des Kunden lenken 46

Warum ein guter Verkäufer auch immer ein guter Beziehungsmanager ist

- Tipp 30** Strategische Marktbearbeitung: Fokussieren Sie Ihre Ressourcen 47
- Tipp 31** Als Verkäufer sind Sie nicht Sachbearbeiter, sondern Menschenbearbeiter 48
- Tipp 32** Zufriedene Kunden sind nicht automatisch auch treue Kunden 49
- Tipp 33** Der Erfolg Ihrer Kunden ist Ihr Erfolg 50
- Tipp 34** Wie und wo Sie Ihre Kunden wirkungsvoll ansprechen 52
- Tipp 35** Kunden- und Zielgruppenanalyse: Die richtigen Kunden finden 56
- Tipp 36** Eine Reklamation beinhaltet immer auch eine Chance 58

Wie ein guter Verkäufer seine Kunden bewirbt

- Tipp 37** Versuchen Sie täglich neue Kunden zu gewinnen 60
- Tipp 38** Verkünden Sie der Welt, dass es Sie gibt 61

- Tipp 39** Referenzen: Zeigen Sie Ihren Kunden, wer Ihnen schon vertraut 62
- Tipp 40** Wie Sie gezielt (Neu)Kunden ansprechen 64
- Tipp 41** Telefonmarketing: Effektiv und kostengünstig 66
- Tipp 42** Machen Sie Ihre Kunden zu „Kündern“: Empfehlungen vermitteln Sie weiter 68
- Tipp 43** Kaltakquise: Springen Sie ins kalte Wasser 70

Warum erfolgreiches Verkaufen viel mit Psychologie zu tun hat

- Tipp 44** Verkaufen ist keine Naturwissenschaft 72
- Tipp 45** Belegen Sie den Wunsch nach Zustandsveränderung mit positiven Emotionen 73
- Tipp 46** Liefern Sie dem „Aufsichtsrat“ Ihres Kunden gute Argumente 76
- Tipp 47** Schätzen Sie die Motivation Ihres Kunden richtig ein 77
- Tipp 48** Sympathische Verkäufer sind erfolgreicher 82
- Tipp 49** Kunden kaufen nur von jemandem, dem sie vertrauen 84
- Tipp 50** Für den Verkäufer liegt die Musik in der AIDA-Formel 85

Warum Verkauf immer auch Beratung ist

- Tipp 51** Verkaufen heißt immer auch Lernprozesse auszulösen 88
- Tipp 52** Als Berater helfen Sie Ihrem Kunden Vorteile für sich zu realisieren 89
- Tipp 53** Eine fundierte Beratung vermittelt (Kauf)Sicherheit 90

Wie ein erfolgreiches Verkaufsgespräch durchgeführt wird

- Tipp 54** Ein guter Kunde erwirbt mehr als das bloße Produkt oder die reine Leistung 92
- Tipp 55** Als Verkäufer tragen Sie Verantwortung für unser Wirtschaftssystem 94
- Tipp 56** Jedes Verkaufsgespräch verläuft nach dem gleichen Schema 95
- Tipp 57** Gesprächsvorbereitung: Stimmen Sie sich konkret ein. 96
- Tipp 58** Kontaktherstellung: Ermitteln Sie den richtigen Ansprechpartner. 97
- Tipp 59** Gesprächseröffnung: Wecken Sie unmittelbar Interesse... 99
- Tipp 60** Bedarfsermittlung: Die richtigen Fragen stellen . 101
- Tipp 61** Informationsphase: Für den Bedarf eine kundenorientierte Lösung finden. 106
- Tipp 62** Argumentation und Präsentation: Produkteigenschaften in Kundennutzen übersetzen 106
- Tipp 63** Einwandintegration: Einwände sind der Grund, warum es uns Verkäufer gibt 113
- Tipp 64** Der Einwand „Zu teuer“ ist im Grunde ein Kaufsignal... 117
- Tipp 65** Abschlussphase: Erkennen Sie die Kaufsignale 121
- Tipp 66** Nachverkauf und Cross-Selling: Der Abschluss ist nicht das Ende des Gesprächs 122
- Tipp 67** Gesprächsschluss: Hinterlassen Sie einen positiven Eindruck 125
- Tipp 68** Nachbereitung: Nach dem Termin ist vor dem Termin! . 125

Wie man mit Preisen umgeht

- Tipp 69** Je besser Sie ihn verpacken, desto akzeptabler der Preis . 129
- Tipp 70** Nennen Sie Ihren Preis nie zu früh 130
- Tipp 71** Gewähren Sie niemals unbegründete Preisnachlässe . 131
- Tipp 72** Preisanpassungen reibungsarm in die Kundschaft bringen. 132

Wie man zum Geschäftsabschluss kommt

- Tipp 73** Überlassen Sie den Moment der Kaufentscheidung nicht dem Zufall 137
- Tipp 74** Nutzen Sie unterschiedliche Abschluss-Techniken, um ans Ziel zu gelangen ... 138

Wie ein Verkäufer sich selbst motiviert

- Tipp 75** Kundenkontaktvorbereitung: Das Zauberwort für den Tag heißt Lächeln 143
- Tipp 76** Was eine Karriere als Best-Seller so erstrebenswert macht. 145
- Tipp 77** Werden Sie Ihr eigener Chef: Chancen und Risiken der Selbstständigkeit. 147
- Tipp 78** Eine gute Organisation schafft Freiräume für die wirklich wichtigen Dinge 149
- Tipp 79** Begeistern Sie sich für Ihre Tätigkeit und Ihre Kunden .. 150

Wie Sie Ihr Unterbewusstsein für Ihren Erfolg aktivieren können

- Tipp 80** Programmieren Sie Ihr Unterbewusstsein 151

- 81** Unser (Unter-)Bewusstsein prägt unser Sein. 152
- 82** Führen Sie sich ständig plastisch vor Augen, was Sie wollen 154
- 83** Nutzen Sie anerkannte Mental-techniken, um Ihre Erfolgsprogramme zu schreiben . . . 156

Wie ein Verkäufer seine Kundendaten (Kontakte) organisiert

- 84** (Kunden-)Wissen ist Macht 157
- 85** Papier und Elektronik haben beide Vor- und Nachteile . . . 158
- 86** Bringen Sie sich in Erinnerung 160

Welche Rolle Verkaufsunterlagen spielen

- 87** Sprechen Sie alle Sinne Ihres Kunden an. 162
- 88** Erstellen Sie Ihr persönliches Verkaufshandbuch 165

Wie die Karriere als Führungskraft im Verkauf gestartet wird

- 89** Ein guter Verkäufer ist nicht notwendig auch eine gute Verkaufsführungskraft 168
- 90** Didaktische Kompetenz: Als Verkaufsführungskraft das Lehren lernen 170
- 91** Nicht jeder ist ein Charismatiker: Führen kann man lernen 171
- 92** „Training on the Job“: Coachen Sie Ihre Mitarbeiter 172
- 93** Nutzen Sie die spannenden Möglichkeiten von Sales-Meetings. 173

- 94** Eine Tätigkeit als Verkaufstrainer kann attraktiv sein . . 174

Wie ein Verkäufer die Beziehung zu seinem Unternehmen gestaltet

- 95** Unterhalten Sie gute bilaterale Beziehungen zum Verkaufsdienst 176
- 96** „Training on the Job“: Nutzen Sie die Chance von Profis zu lernen 177
- 97** Realisieren Sie eine konstruktive Partnerschaft mit Ihrer Führungskraft 179
- 98** Nehmen Sie Einfluss auf die Optimierung Ihres Produktes 180
- 99** Helfen Sie bei der Entwicklung neuer Produkte 181

- Schlusswort 183
- Vorbereitungs-Checkliste 184
- Erfolgskontrolle 186
- Literaturhinweise 187
- Stichwortverzeichnis 188