



DIPEO.de
Die Vertriebspartnerbörse

7 Tipps zu mehr Umsatz

📅 6. Mai 2015 📌 Defizite, Kunde, Produkt, Sprache, Umsatz, Wahrheit

Unternehmen, Industriefirmen sowie Handwerker haben oft Defizite im Verkaufen ihrer Waren und Dienstleistungen, weiß Jürgen Frey. Seit 15 Jahren berät der Vertriebsexperte und Buchautor die Firmen und hat beobachtet, dass es sich immer um dieselben Fehler handelt. Die Experten sprechen zum Beispiel nicht die Sprache des Anwenders. Deren Fachchinesisch wirkt bei Kunden oftmals überheblich. **Stellt man diese Fehler ab, erhöhen sich die Auftragschancen um bis zu 30 Prozent.**

1. Verkaufen über Visionen:

Kein Kunde interessiert sich in Wahrheit für technische Details. Menschen wollen ihre Probleme lösen. In Firmen wollen Entscheider ihren Umsatz steigern, Arbeitsabläufe effektiver gestalten, Kosten senken oder sich selbst profilieren. Daher muss ein guter Verkäufer herausstellen, wo und wie seine Produkte oder Dienstleistungen dem Kunden helfen, besser zu werden.

2. Verkaufen über Emotionen:

Sie sind die Schnellstraße im Gehirn. Verknüpft mit Bildern, Gerüchen oder Erfahrungen ist ein Produkt im Kopf verankert. Ein Reinigungsunternehmen verkauft keine Arbeitsleistung, sondern Sauberkeit und Wohlfühl-Atmosphäre. Porsche verkauft keine PS, sondern Status sowie Macht und ein Maschinenbauer verkauft keine Anlagen, sondern Lösungen, um effektiver zu arbeiten und um mehr Geld zu verdienen.

3. Der moralische Vorvertrag:

Frage den Interessenten, welches Produkt er genau, für wie viel Euro zu welchem Termin geliefert haben möchte. Wiederhole seine Aussage und frage, wenn alles erfüllt ist: „Bekomme ich einen Probeauftrag?“ Schreibe ihm daraufhin ein Angebot, das exakt seinen Vorstellungen entspricht und wie eine Auftragsbestätigung wirkt. Der Kunde fühlt sich nun verpflichtet und die Auftragschancen steigen.

4. Sprich die Sprache des Kunden:

Standard-Angebote müssen verschwinden. Wer Jugendliche als Kunden hat, muss wissen was „dissen“ ist. Wer einen Juristen überzeugen will, muss die Rechtssprechung kennen. Und wer ein Reinigungsdienstleistung verkaufen will, muss verstehen wie die

Finde uns auf Facebook



dipeo - the distribution partner exchange

Gefällt mir

266 Personen gefällt dipeo - the distribution exchange.



Arbeitsabläufe des Kunden sind, um diese nicht zu stören.

Fachchinesisch ist verboten. Der Interessent wird kaufen, wenn er fühlt, dass er Verkäufer ihn ernst nimmt.

5. Sage es durch Dritte:

Prospekte sind oftmals viel zu bunt und in den meisten Fällen fehlt hierbei die Glaubhaftigkeit der Werbung. Testberichte, Testimonials von Kunden, Auszeichnungen oder Zeitungsartikel hingegen erhöhen das Vertrauen in ein Produkt, weil ein unabhängiger Dritter sie betrachtet.

Tipp: Statt eines Produktkatalogs lesen Interessenten lieber ein journalistisches Kundenmagazin. Es steckt mehr Information und Wahrheit dahinter.

6. Folgen des Nichtkaufens:

Wer das Fahrrad nicht im Januar kauft, ist nicht startklar, wenn der Frühling beginnt. Wer kein Navigationsgerät im Auto will, verpasst womöglich einen wichtigen Termin wegen Parkplatzsuche. Wer die Rohre nicht saniert, trinkt bleihaltiges Wasser und schadet seiner Gesundheit. Zeige Konsequenzen von verpassten Chancen auf.

7. Fordere zum Handeln auf:

Gibt man nur ein Angebot an, erreicht man noch lange nichts. Sie müssen den Kunden zum Handeln auffordern. Etwa ein Muster zu bestellen, sich anzumelden, eine Probelieferung zu testen, ein Dokument herunterladen. Tritt dann mit ihm in den Dialog, der Pfad ist aktiviert, weil er durch seine Aktion Interesse signalisiert.

Der Joker: Werde Experte. Wer die Wahl hat, geht lieber zu einem Reinigungsfachmann, um seine Räume putzen zu lassen, statt zu einer Putzkolonie. Menschen wollen von Experten versorgt werden, die wissen mehr als andere und sind besser. Diesen Status erreicht man, indem man Wissen teilt. Statt Marketingfloskeln auf der Website besser Tipps zur Fleckenentfernung oder Spezialbehandlung von empfindlichen Böden geben – das strahlt Kompetenz aus. Ebenso Fachvorträge bei Unternehmerveranstaltungen halten oder sich als Experte in der örtlichen Handwerkskammer, IHK und Branchenverband engagieren.

Info:

Jürgen Frey (Jahrgang 1970) ist Wirtschaftsingenieur und Autor mehrerer Fachbücher. Der Marketing- und Vertriebsexperte lebt im württembergischen Giengen und berät seit 15 Jahren Unternehmen in ganz Deutschland. Die Tipps des gelernten Industriemechanikers sind praxisnah und sofort umsetzbar. Auf seine Kompetenz und internationale Erfahrung setzen Krankenkassen ebenso wie Industrieunternehmen und Handwerksbetriebe. Frey ist verheiratet und hat eine Tochter.

← **Exzellente Redner, Trainer und Entertainer**

Wie man seinen Sympathiefaktor erhöht →

Copyright © 2015 blog.dipeo.de. Powered by: Dipeo.de.
