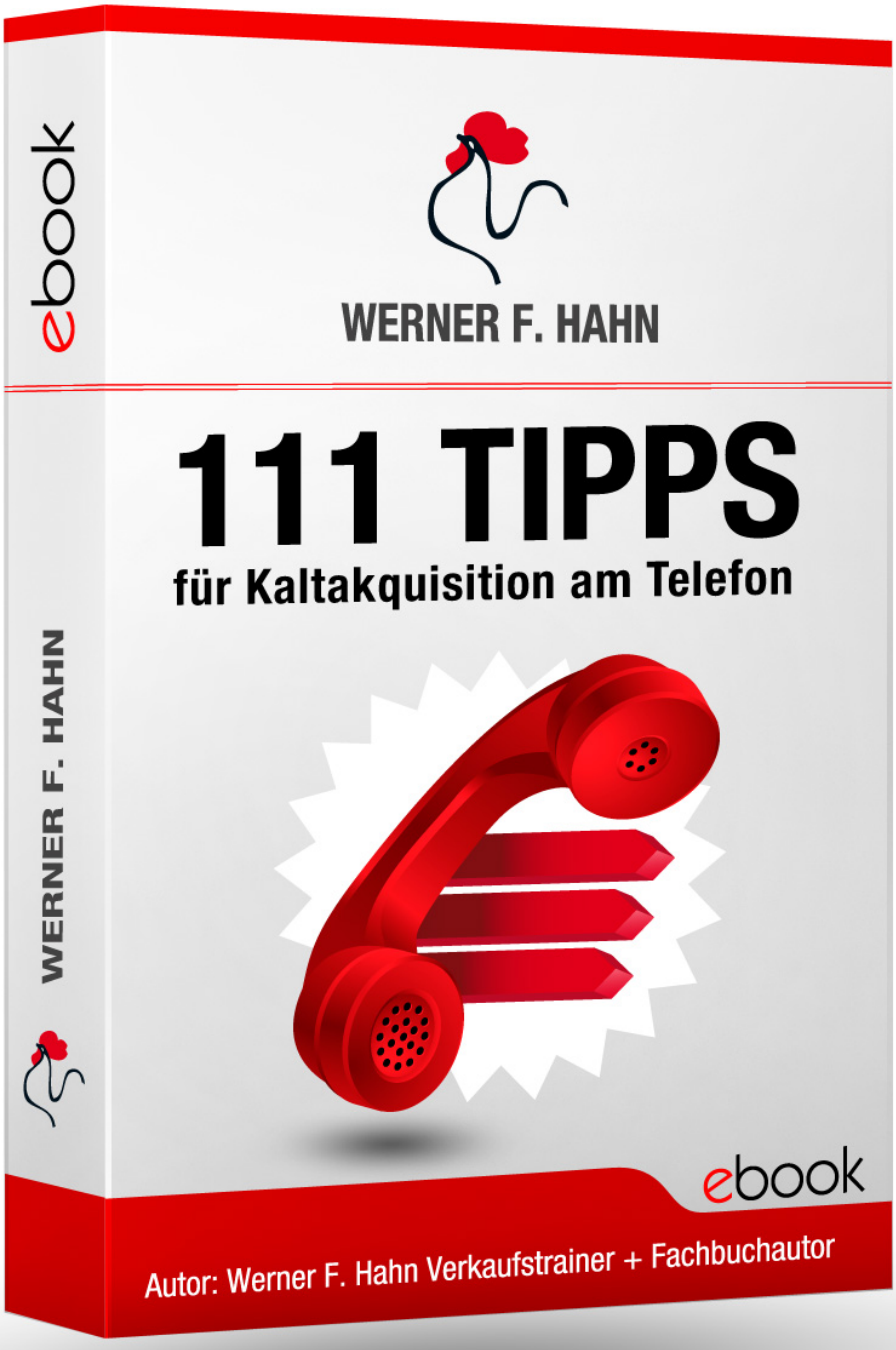

ebook
WERNER F. HAHN
111 TIPPS
für Kaltakquisition am Telefon
WERNER F. HAHN
ebook
Autor: Werner F. Hahn Verkaufstrainer + Fachbuchautor

© 2014 Werner F. Hahn GmbH

Autor: Werner F. Hahn

Umschlagseite: www.ingenium-design.de

Bilder: Fotolia

Cartoons: Markus Blatz

Herzlich Willkommen zu meinen 111 Tipps für Kaltakquisition

Die Kaltakquisition wird in den kommenden Jahren einen immer größeren Stellenwert einnehmen. Unternehmer, Geschäftsführer und Verkaufsprofis suchen immer einen Weg, das Potential zu erweitern. Wenn Kaltakquisition richtig gemacht wird, ist es zielorientiert auf den Punkt gebracht, kostengünstig und bringt sofortige Ergebnisse. Die Interessenten-Qualifizierung ist sowieso ideal für diese Form der Akquisition.

Keiner von uns kommt auf die Welt und ist intuitiv geeignet für die Kaltakquisition. So gibt es unter 1.000 Verkäufern gerade mal einen, der Talent für den Verkäuferjob mitbringt. Die gute Nachricht ist, dass es bei der Kaltakquisition um Kommunikation geht und wie das mit jeder Kommunikation nun mal ist, kann auch diese einfach erlernt werden.

Dieses E-Book ist für dich einfach nachzulesen, um dein Wissen kontinuierlich zu erweitern. Jeder Tipp wird dir mundgerecht serviert, ist einfach zu verstehen und genau so einfach anzuwenden.

111 Tipps für Kaltakquisition habe ich unterteilt in fünf Bereiche: **Glaube**, **Vorbereitung**, **Telefonleitfaden**, **Ausführung** und **Verschiedenes**.

Teil 1 konzentriert sich auf den **Glauben**. Was immer du über Kaltakquisition glaubst, bestimmt auch deine Ergebnisse. Es gibt dort viel zu viele Mythen und Missverständnisse über Kaltakquisition. Was ist überhaupt Kaltakquisition und wie funktioniert sie? Für dich gilt: dein Glaube über Kaltakquisition bestimmt deine Ergebnisse. Zusätzlich findest du weitere Tipps, um deine negativen Gedanken in positive umzuwandeln.

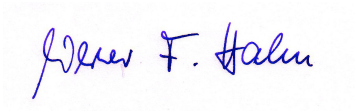
Teil 2 ist **Vorbereitung**. Die Kaltakquisition funktioniert nicht „einfach so." Je besser du vorbereitet bist, umso erfolgreicher wirst du sein. Von dieser Regel gibt es keine Ausnahmen. Hier findest du weitere Tipps, wie du mit einer guten Vorbereitung gute Telefongespräche führst und dabei noch entspannt bist.

Teil 3 ist **Telefonleitfaden**. Bei einem Kaltanruf hast du maximal 10 bis 30 Sekunden Zeit, deinen Interessenten so zu begeistern, dass er dir gerne weiter zuhört. Du hast keine zweite Chance. Der Begriff „Telefonleitfaden" bedeutet, dass du darüber nachdenkst, was du als nächstes deinem Gesprächspartner sagen willst. Das entwickeln eines solchen Telefonleitfadens ist ein Teil deiner Vorbereitung. Das ist so wichtig, dass ich einen eigenen Absatz dafür benötige.

Teil 4 ist **Ausführung**. Um in der Kaltakquisition Erfolg zu haben, geht es nicht nur darum WAS du am Telefon sagst, sondern viel mehr WIE du es sagst. Untersuchungen belegen, dass 50 % des Erfolgs daraus resultieren, wie du sagst, was du zu sagen hast. In diesem Teil zeige ich dir noch auf, dass dein Angebot immer solide, vertraulich und effektiv ist.

Zum Schluss kommt Teil 5 mit wichtigen Tipps, die ich in den anderen Teilen nicht einordnen konnte. Deswegen heißt dieser Teil auch **Verschiedenes**.

Weiterhin „fette Beute im Tagesgeschäft" wünscht dir



Werner F. Hahn
Experte für Akquisition

1. Dein Glaube

1. Schalte Fernseher und Radio aus. Lies auch weniger Zeitungen. Oder bringt es dir Mehrumsatz, wenn du hörst, dass Amy Winehouse nicht an einem Drogencocktail gestorben ist? Dann hör nicht mehr den selbsternannten Guru's zu, die dir permanent berichten, wie schlecht es manchen Branchen geht. Die wirtschaftliche Situation ist nun mal so und du kannst sie nicht verändern. Ob Euro-Rettung oder Rettung der PICS-Staaten – welchen Einfluss hast du darauf? Beschäftigst du dich mehr mit diesen Problemsituationen, dann wird es für dich immer schwerer, erfolgreich zu verkaufen. Ruf einfach einen Kunden an. Frag nach mehr Aufträgen. Frag nach weiteren Referenzen und Empfehlungen. Ruf irgendeinen Interessenten an und verkauf ihm etwas.

2. Denk nicht weiter darüber nach, welche negativen Botschaften in der Welt verbreitet werden. Thorsten Havener hat in einem seiner Bücher geschrieben: „Immer wenn ich den SPIEGEL lese, habe ich anschließend einen Hass auf sechs Personen, die ich früher nicht kannte." Das war für mich der Auslöser, auf Focus und SPIEGEL zu verzichten. Denk über deine neuen Chancen nach. Wenn sich der Markt verändert, gibt es immer wieder neue Möglichkeiten. Finde sie. Diese Einstellung gibt dir die Kraft und Energie auch weiterhin erfolgreich zu verkaufen.

3. Deine Prioritäten und die Prioritäten deiner Interessenten sind unterschiedlich. Das bedeutet allerdings keine Ablehnung. Sie sind einfach nur unterschiedlich.

4. Hattest du einen erfolgreichen Anruf? Dann telefonier gleich weiter. Nutze diese positive Energie und Begeisterung – du wirst noch mehr Erfolg haben.

5. Mach aus deinen Anrufen ein Spiel und belohne dich für deine Aktivitäten. So kannst du für jedes „Ja" einen Euro in die Spardose legen. Am Ende der Woche nimmst du das Geld und kaufst dir was Schönes – auch wenn es manchmal nur zu einem Eis reicht.

6. Höre deinen Interessenten aufmerksam zu. Übertrag deine Ängste und Befürchtungen nicht auf deinen Gesprächspartner.

7. Sieh deine Kaltakquisition als den Aufbau einer langfristigen erfolgreichen Partnerschaft.

8. Kontrollier deine negativen Gedanken und Gefühle. Du weißt ja: Positive Gedanken bringen positive Gefühle. Positive Gefühle bringen positives Handeln. Wenn du das Gefühl hast, dass dich dein Gesprächspartner ablehnt, dann frage dich selbst: „Warum? Warum sollte ein Fremder, der mich überhaupt nicht kennt, mich ablehnen?"

9. Du kannst deine Glaubenssätze wählen. Du kannst glauben, dass dein Interessent nun wirklich nicht daran interessiert ist, mit dir zu sprechen. Oder du glaubst, dass der Interessent jetzt unbedingt mit dir sprechen will. Der erste Glaubenssatz ist eine Selbstbegrenzung. Der zweite unterstützt dich in deinen Aktivitäten.

10. Du kannst viele Dinge auch wörtlich nehmen. Wenn der Interessent sagt: „Ich bin derzeit sehr beschäftigt und habe im Moment keine Zeit, um mit Ihnen zu sprechen. Rufen Sie mich doch Morgen wieder an." Das bedeutet, dass der Interessent nun wirklich viel zu tun hat und du ihn zu einer anderen Zeit anrufen sollst.

11. Vermeide die negativen Gedanken. Bemerkst du, wie du plötzlich negativ denkst, dann stopp sofort. Ersetze die negativen Sätze ganz einfach durch positive Gedanken.

12. Bei einem Kaltanruf geht es nicht um Leben oder Tod. Sagt jemand „Nein" zu dir, dann wird deshalb niemand sterben. Du wirst weder dein Leben zerstören noch das eines unschuldigen Spaziergängers, der gerade vorbei kommt. Wie wir es heute bereits wissen, geht deshalb die Welt nicht unter. Es ist nur ein Telefonanruf. Sei kreativ und hab Spaß dabei.

13. Denk so über deinen Interessenten, den du kennst und der offen ist für deine Angebote und Ideen. Stell dir ihn so vor, dass du bereits eine gute Beziehung zu ihm aufgebaut hast und er empfänglich ist für deine Botschaft. Unterstell, dass du mit einem Interessenten sprichst und nicht mit einem Fremden. Du kannst dich auch vorstellen, dass du gerade mit einem Freund oder Bekannten telefonierst, der dich unterstützt.

14. Erwarte bei einem Kaltanruf nicht, dass dich jeder zurückruft. Es ist deine Aufgabe, in Kontakt mit deinem Interessenten zu bleiben. Ruft dich doch jemand zurück, dann bewerte das als einen besonderen Pluspunkt. Sei beharrlich bei deiner Zielverfolgung. Übernimm die Verantwortung mit der notwendigen Energie. Es gibt nichts Frustrierendes als das du neben deinem Telefon hockst und auf den Rückruf des Interessenten wartest.

15. Geh nicht in die Defensive oder nimm Aussagen des Interessenten persönlich. Hier geht es nicht um deine Person, es ist nur ein Anruf. Ein „Nein" geht nicht gegen dich persönlich, du musst nicht wissen, warum sich dein Gesprächspartner so verhält. Vielleicht hatte er einen schlechten Tag. Du kannst einen Monat später anrufen und seine Situation und Einstellung hat sich grundlegend verändert. Wenn jemand „Nein" zu dir sagt – mach einfach den nächsten Anruf.

16. Dein größter Fehler wird sein, dass du aufhörst deine Interessenten zu qualifizieren. Es gibt kein neues Geschäft ohne Qualifizierung. Je mehr Anrufe du tätigst, umso mehr Erfolg wirst du haben. Je mehr Türen du öffnest, umso mehr Erfolg wirst du haben. Der frühere Vorstandsvorsitzende der Allianz sagte einmal: „Wenn du erfolgreich sein willst, dann musst du viele Klinken drücken!"

17. Hör auf damit, deine „Kalt"-Akquise über zu bewerten. Stattdessen stell dir vor, es ist deine persönliche Art, dich beim Interessenten vorzustellen. Du stellst dich ja sowieso öfter vor - sowohl im geschäftlichen wie im privaten Leben. Es ist nur eine kleine Sache.

18. Überprüf dein Geschäft, deine Produkte und Dienstleistungen und wie du dich selbst siehst und deine Absichten. Erinnere dich daran, dass du eine Person mit gutem Ruf und Integrität bist, die nutzenorientierte Produkte oder Dienstleistungen verkauft.

19. Bleib ruhig und entspannt. Der überwiegende Teil der Anrufer wird deinen Anruf wertschätzen. Ist dein Gesprächspartner grob zu dir – er meint es nicht persönlich. Fahr fort mit deinen Anrufen.

20. Um im Verkauf erfolgreich zu sein, musst du an dich, an das Unternehmen und an die Produkte und Dienstleistungen glauben. Bevor du jemanden etwas verkaufst, musst du vom werthaltigen Nutzen selber zu 100 % überzeugt sein.

21. Wenn du an den Nutzen deiner Produkte und Dienstleistungen glaubst und du glaubst, dass dieser Nutzen auch für deinen Kunden ganz wichtig ist, dann geht es um Integrität. Diese Stimmigkeit des Persönlichen und Professionellen und die Stimmigkeit deines Produktes/deiner Dienstleistung sind die Eckpfeiler deiner Vorstellungs-Anrufe und auch die Meilensteine des gesamten Vertriebsprozesses.

22. Manchmal glauben die Verkäufer, dass sie die Interessenten mehr benötigen als es umgekehrt der Fall ist. Verwendet dein Interessent bereits ein ähnliches Produkt, dann wollen sie auch ein solches neues Produkt mit zusätzlichen Vorteilen einsetzen. Sie kaufen es. Deswegen benötigen sie jemanden wie dich, der ihnen die Vorteile und den Nutzen aufzeigt.

23. Vermarktest du ein Produkt, das deinem Interessenten erhebliche Vorteile bringt (z.B. er spart Zeit und Geld, weniger Ausschuss, höhere Produktivität etc.) so bist du als Verkäufer verpflichtet, ihn darauf hinzuweisen. Deswegen benötigen sie jemanden, der sie darauf hinweist.

24. Der emotionale Ballast, den du mit dir herum schleppst (und den hat ja auch jeder), beeinflusst deine Einstellung und du überträgst diese auf deine Unterhaltung mit den Interessenten. Dein Gesprächspartner hört genau raus, wie du dich fühlst, vielleicht ängstlich und unwohl. Umgekehrt merkst du das auch, wenn du mit Jemandem sprichst. Auf eine gewisse Weise nimmst du Einfluss auf das Verhalten der Person, mit der du gerade sprichst. Wenn du zum Beispiel merkst, dass es deinem Gesprächspartner jetzt gerade nicht passt, dann macht dies dich ängstlich und zögerlich. Dies bemerkt dein Interessent sofort und er wird dir weniger interessiert zuhören. Wenn du aber glaubst, dass dein Anruf willkommen ist, sind deine Interessenten mehr bereit zuzuhören und auch positiv zu antworten.

25. Die Basis des „Vorstellungs"-Anrufes ist Kommunikation – eine Zwei-Wege-Kommunikation. Du willst, dass dein Gesprächspartner dir zuhört und du deinem Gesprächspartner zuhörst.

26. Die Frage, die du dir immer stellen sollst ist nicht, ob der Gesprächspartner sich mit dir treffen will. Du solltest dich immer fragen: „Will ich mich mit ihm treffen? Ist dieser Interessent es wert, dass ich ihn treffe und ist er empfänglich für den werthaltigen Nutzen, den ich bringe?" Wenn deine Antwort „Ja" ist, dann mach deine Hausaufgaben, finde heraus, was deinen Interessenten vom Hocker reißen wird und nimm den Hörer in die Hand und tipp die Nummer ein.

2. Vorbereitung

1. Finde all das heraus, was du zum Verkaufen benötigst. Welches Verkaufswissen fehlt dir? Dann erstell einen Plan und leg fest, wann du was lernst. Stell viele Fragen, besuch Trainings, lies Bücher, sprich mit Kollegen oder nimm dir einen Coach. Du wirst nur dann erfolgreich verkaufen, wenn du alle Informationen und Kenntnisse hast.

2. Schaff dir eine angenehme Arbeits-Umgebung. Besorg dir ein leistungsfähiges Telefon mit einem klaren Sound und ein passendes Headset dazu. Das bringt dir ein entspanntes telefonieren ohne Verkrampfungen im Nacken- und Schulterbereich.

3. Bevor du mit dem telefonieren startest, mach deine Hausaufgaben. Hast du deinen Marketingplan erstellt? Hast du deinen idealen Interessenten beschrieben? Wie sieht dein Telefonleitfaden/Telefonscript aus?

4. Entwickele das ideale Kundenprofil. Mach eine Liste deiner 10 wichtigsten Kunden (Kunden, die viel bei dir kaufen und immer wieder bei dir kaufen). In welcher Branche sind sie? Wie lautet der Titel des Entscheiders? Such ein anderes Unternehmen, das viele Ähnlichkeiten mit diesen Kunden hat. Das sind alles hervorragende Interessenten für dich.

5. Analysier das Potential deiner Konkurrenz – auch das ist zukünftiges Potential für dich.

6. Erstell eine Liste deiner Qualifizierungs-Parameter. Das sind die erforderlichen Konditionen, mit denen du später das Geschäft mit dem Interessenten machen willst. Treffen diese Parameter auf deinen Interessenten nicht zu, dann ist es kein qualifizierter Interessent. Nimm keine Rücksicht darauf. Sie stehlen dir nur deine Zeit und machen dir später viel Ärger.

7. Sprichst du nicht mit dem Entscheider, dann sprichst du auch nicht mit einem qualifizierten Interessenten. Sprichst du immer noch nicht mit einem qualifizierten Interessenten, dann wirst du nur den Verkaufszyklus verlängern und die Kontrolle über den Verkaufsprozess verlieren.

8. Unterteil deine Interessenten in A, B und C-Interessenten. Die A-Interessenten sind die, die ganz heiß sind und die C-Interessenten sind die, die zum Schluss kaufen. Bearbeite immer zuerst die A-Interessenten – es sei, du machst deine „Vorstellungs"-Termine.

Wenn dem so ist, so ist dieses C-Potential gut für den Einstieg und zum „warmlaufen." Sobald du fit bist, konzentrier dich auf das A-Potential. Im Durchschnitt dauert es genau so lange einen C-Interessenten zu erreichen und abzuschließen wie bei einem A-Interessenten.

9. Finde den Nutzen deiner Produkte und Dienstleistungen heraus. Nutzen ist immer die Antwort auf die Frage des Interessenten: „Was bringt mir das?" Den Kunden interessiert das 10 mm Bohrloch und nicht der 10 mm Bohrer. Konzentrier dich auf den Nutzen und sprich mit dem Interessenten darüber. Dann wirst du eine höhere Aufmerksamkeit erreichen.

10. Bevor du mit dem Anrufen beginnst, mach dir Gedanken darüber, wer der Entscheider im Unternehmen für deine Produkte und Dienstleistungen ist. Wenn du anrufst, kannst du nach dem Titel der Person auch fragen. So vermeidest du die Frage: „Sind Sie die Person die für den Kauf von ..... zuständig ist?" Es erleichtert deine Arbeit, wenn du auf die Homepage des Unternehmens gehst und dort unter Impressum schaust, wer zur Geschäftsleitung gehört.

11. Denk bei deiner Qualifizierung immer daran, was das Ziel deines Anrufes ist. Das Ziel kann unterschiedlich sein zu deinen allgemeinen Zielen. Wenn du zum Beispiel telefonierst, um Termine zu vereinbaren, dann ist dein Ziel nur der Termin – kein Verkauf. Kennst du das Ziel, dann frag direkt danach, was du dir wünschst.

12. Leg in deinem Kalender oder im iPhone oder Blackberry exakt die Zeit fest, die du telefonieren willst. Dies ist dann deine „Glockenzeit." Das ist deine reine Akquisitionszeit. Hier geht es nur um das Telefonieren. Erst wenn diese Zeit vorüber ist, dann beschäftige dich mit einer anderen Tätigkeit. Untersuchungen zeigen, dass es bis zu 25 Minuten dauert, bis du wieder den Rhythmus in der Akquisition gefunden hast. Deswegen empfehle ich, Angebote erst später zu schreiben.

13. Welches sind die besten Zeiten, um deine Interessenten zu erreichen? Finde die Zeiten heraus und ruf dann auch an.

14. Um einfach und entspannt zu telefonieren, üb fleißig. Sprich den Text laut vor. Ruf deine Mailbox auf dem Mobiltelefon an und sag deinen Spruch auf. Wie hörst du dich an? Welche Modulation hast du in der Stimme? Üb weiter mit deinen Arbeitskollegen. Mach Rollenspiele. Bereite dich exzellent auf deine Telefongespräche vor. Je besser du vorbereitet bist, umso mehr Erfolg wirst du haben.

15. Trag bequeme Kleidung. Dein Interessent kann dich nicht sehen. Mit bequemer Kleidung konzentrierst du dich schneller auf deine Gespräche. Drücken deine Schuhe, dann zieh sie aus.

3. Telefonleitfaden

1. Fühlst du den Druck und Schmerz, die dein Interessent verspürt? Komm exakt auf den Punkt und dann unterbreit ihm deine Lösung.

2. Wie werden dein Unternehmen bzw. deine Produkte den Interessenten im Tagesgeschäft unterstützen? Frag exakt danach, was du willst.

3. Ein gut durchdachtes Telefonscript, das kurz und bündig sagt was du willst, gibt dir Spielraum und ist ein Schlüssel für eine erfolgreiche Präsentation. Es geht dabei um Kommunikation und wie man sich gut vorbereitet. Wenn du dein Script schreibst, gibst du der Aussage mehr Bedeutung und schneidest die Information auf deinen Interessenten zu. Das Ziel mit deinem Script ist, dass dein Interessent dir zuhört und dass du merkst, worauf er anspringt. Untersuchungen bestätigen, dass mit einem Telefonscript die Erfolgsquote schnell verdoppelt wird.

4. Das Script muss so geschrieben sein wie sich die Menschen auch unterhalten. Sprechen ist anders ais Schreiben. Wenn du das Telefonscript im Schreibstil schreibst, dann hört sich das irgendwie blöd an. Schreib das Script so wie du sprichst. Vergiss Großbuchstaben, Zeichensetzung oder komplette Sätze. Wir sprechen selten in ganzen Sätzen. Du kannst die wichtigsten Punkte in deinem Script unterstreichen oder farblich hervorheben. Fällt es dir schwer, das Script zu schreiben, dann sprich doch den Text einfach in einen Rekorder oder ins iPhone. Schreib anschließend das Gesagt auf und schon steht dein Script.

5. Konzentrier dich bei der Kontaktaufnahme auf den Namen der anderen Person. Es gibt zwei wichtige Gründe dafür. Grund Nummer eins: Jeder hört seinen Namen so gerne. Oder wie Dale Carnegie sagte: „Das süßeste Geräusch in unseren Ohren ist der eigene Name.“ Grund Nummer zwei und das ist mit der wichtigste Grund, dass du die Gewissheit haben willst, dass der richtige Gesprächspartner am anderen Ende der Leitung ist und nicht jemand aus der Palastwache.

6. Wähle eine verbindliche Sprache. Statt „Könnte ich bitte mit Herrn Schneider sprechen?“ sag lieber direkt: „Verbinden Sie mich bitte mit Herrn Schneider!“ Der erste Satz fragt nach einer Erlaubnis, der zweite direkte Satz zeigt Autorität und Kompetenz. Ein anderes Beispiel: „Mit wem sollte ich darüber sprechen?“ anstelle von „Wissen Sie, mit wem ich darüber sprechen könnte?“ Auf die erste Frage bekommst du einen Namen genannt und mit der zweien Frage gibt es nur die Antwort „ja“ oder „nein“.

7. Am Telefon hast du nur 10 bis 30 Sekunden Zeit, die Aufmerksamkeit deines Gesprächspartners zu gewinnen. Eine zweite Chance wirst du nie wieder bekommen. 10 Sekunden gehen sehr schnell vorüber. Deswegen muss dein Interessewecker so stark

sein, dass die weiteren 20 Sekunden ebenfalls dir gehören.

8. Frag niemals deinen Interessenten zu Beginn des Gesprächs: „Wie geht es Ihnen?" Gewöhnlich werden sie antworten: „Ist okay, was wünschen Sie?" Damit startet deine Kommunikation auf dem falschen Fuß. Beginne einfach damit, dich und dein Unternehmen vorzustellen und sag konkret, was du vorhast. Falls dein Gesprächspartner keine Zeit für ein Gespräch mit dir hat, wird er dir das schon sagen.

9. Frag auch nicht: „Haben Sie einen Moment Zeit für mich?" Dein Gesprächspartner wird sagen: „Um was geht es denn?" Und damit liegst du schon wieder daneben. Unterstell, dass die Zeit okay ist. Beginne einfach damit, dich und dein Unternehmen vorzustellen und sag konkret, was du vorhast. Falls dein Gesprächspartner keine Zeit für ein Gespräch mit dir hat, wird er dir das schon sagen.

10. Frag auch nicht: „Sind Sie die Person die ..... kauft?" Die Antwort wird sein: „Was wünschen Sie?" oder „Was verkaufen Sie denn?" Du solltest deine Hausaufgaben gemacht haben und den passenden Interessewecker zur Hand haben, der deinen Gesprächspartner überzeugt. Gib deinem Gesprächspartner die Gelegenheit, dass er sich selbst vorstellt. Bring den werthaltigen Nutzen deiner Produkte und Dienstleistungen und lass dir bestätigen, dass er oder sie die letzte Entscheidung trifft. Wenn du dir nicht sicher bist, dann frag doch einfach: „Wer ist sonst noch in den Entscheidungsprozess mit eingebunden?"

11. Sobald du mit dem Interessenten sprichst, solltest du ihre Bedürfnisse ansprechen. In diesem Prozess geht es um deinen Interessenten und nicht um dich. Denk daran: deine Interessenten kaufen aus ihren Gründen und nicht aus deinen Gründen.

12. Bring deine Botschaft sofort auf den Punkt und sprich ihre Sprache. Hat diese Branche einen eigenen Jargon (haben sie das nicht alle?)

– dann verwende ihn ebenfalls. Du wirst dich niemals als Experte positionieren können, wenn du die Sprache nicht sprichst. Hörst du allerdings raus, dass dein Interessent diesen typischen Branchen-Jargon nicht spricht, dann halt dich ebenfalls zurück.

13. Positionier dich als Experte mit Kompetenz und Autorität. Tu dies, indem du über deine Fachkenntnisse sprichst und Referenzen vorweist. Beantworte auch die Frage: „Was unterscheidet Sie (oder Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung) von allen anderen Unternehmen, die ähnliche Produkte verkaufen?"

14. Um dich als Experte zu positionieren, solltest du Sätze benutzen wie: „Wir haben uns spezialisiert auf ...", oder „Wir werden empfohlen, weil ..." oder „Wir sind bekannt als Inhaber der Patente." Du kannst sicher auch einige Unternehmen erwähnen – das unterstützt deine Aussagen. Noch besser ist es, wenn du in einer ähnlichen Branche schon etwas verkauft hast und du mit einer solchen Referenz glänzen kannst. Das bedeutet zweierlei: dein Interessent erkennt, dass du dich in der Branche auskennst und das gibt ihnen zusätzlich die Sicherheit, da sie dich noch nicht kennen. Für sie ist es einfacher, wenn sie sich auf das Bewährte verlassen. Wenn sie dann noch erfahren, dass du in ihrem Umfeld schon eine Installation durchgeführt hast, steigen deine Chancen, noch mehr Aufmerksamkeit zu erzielen.

15. Ein markanter Spruch ist ein Satz, der einfach und prägnant das ausdrückt, was du tust (oder deine Produkt oder deine Dienstleistung). Er sollte den Nutzen für den Interessenten rüberbringen und aufzeigen, was deine Einzigartigkeit ist oder dich von deiner größten Konkurrenz unterscheidet. Dieser markante Spruch sollte die Frage des Interessenten beantworten: „Warum sollte ich daran interessiert sein?" Ein Beispiel dazu: „Wir sind bekannt für außergewöhnlichen Kundenservice und tun alles, um unseren Kunden 110 Prozent zu bieten." Oder „Wir sind bekannt für (trag hier den Nutzen ein)." Oder: „Mit meinen Trainings erreichen die Verkäufer a) mehr Termine und B) mehr Aufträge und Umsatz. Wie interessant ist das für Sie?"

16. Den Nutzen kannst du immer mit einer guten Erfolgsgeschichte rüberbringen. Eine Erfolgsgeschichte ist wie eine Fallstudie, sie erzählt etwas über dich, deine Produkte und Dienstleistungen und was das für deinen Interessenten bedeutet. So zum Beispiel wie sie Geld gespart haben, Zeit eingespart haben oder wie der Tag doch noch gerettet wurde als alles den „Bach runter ging." Damit erkennt dein Gesprächspartner, dass du das gleiche für ihn tun wirst. Das erspart dir dann die permanente Ansage: „Das bedeutet für Sie ...." Leg dir einige Erfolgsgeschichten zu – du weißt ja, wie gerne wir Geschichten hören.

17. Dein Telefonscript sollte flüssig sein. Die Themen deiner Kommunikation mit dem Interessenten bestimmen, welche Teile des Scriptes du benutzt. Lass noch etwas Platz in dem Script, um Änderungen oder Erweiterungen nachzutragen.

18. Frag nach einem Meeting, einem Treffen, einen Gesprächstermin. Frag hartnäckig danach. Erwarte nicht, dass dein Interessent genau weiß, was du anbietest und was du willst. Es ist deine Aufgabe zu hinterfragen – so lange, bis du dein Ziel erreicht hast.

19. Sprich die Sprache deines Interessenten. Sagt ein Interessent zu dir, dass du vorbei kommen kannst, dann vereinbar sofort einen exakten Termin, wann das Treffen stattfinden soll. Sagt dir der Interessent, dass du vorbei kommen kannst und du sprichst von einem Termin oder einem Meeting, dann sprecht ihr zwei eine unterschiedliche Sprache. Vorbeikommen ist etwas anderes als ein Meeting. Obwohl es so ähnlich ist, ist es noch lange nicht das Gleiche.

20. Die Menschen kaufen aus ihren Gründen, deine Gründe spielen dabei keine Rolle. Und sie kaufen, weil sie der Meinung sind, dass dieses Produkt ihnen das bringt, was sie erwarten. Folgende Frage stellt sich jeder Interessent: „Was bringt mir das?" oder „Was habe ich davon?" Es ist dein Job, diese Frage zur vollen Zufriedenheit zu beantworten.

21. Egal ob es sich um einen Termin für einen Rückruf handelt oder einen Gesprächstermin vor Ort zu vereinbaren – du solltest Alternativen aufzeigen. „Ist übernächste Woche am Donnerstag, den 13. gegen 14 Uhr okay oder geht es bereits in der kommenden Woche?" Es ist für deinen Interessenten einfacher, sich auf das „Wann" zu konzentrieren als auf das „Ob wir uns treffen...."

22. Gibt dir der Gesprächspartner bestimmte Informationen, so wiederhol diese mit deinen eigenen Worten. Daran erkennt der Gesprächspartner, dass du gut zuhören kannst und dir gibt das die Sicherheit, dass du ihn verstanden hast. Falls deine Aussage mit seiner nicht übereinstimmt, wird er dich sicherlich korrigieren.

23. Wenn du für einen Verkäufer Termine vereinbarst, dann kannst du über diesen persönliches sagen, was dieser über sich selbst nicht sagen kann. Halt dich mit solchen Äußerungen nicht zurück. Stell alle persönlichen Vorteile ruhig heraus: „Sie ist sehr talentiert ....," „Er ist trotz seines Erfolges sehr bodenständig geblieben." „Sie hat wirklich viel Ahnung von der Branche." Du merkst, wovon ich spreche. Wenn diese Aussagen aus zweiter Hand kommen, sind sie besonders wirkungsvoll. Sagst du so etwas über dich selbst, dann wirkt das sehr angeberisch.

24. Argumentier nicht mit deinem Gesprächspartner oder sag ihm, dass er das völlig verkehrt sieht. Ist dein Interessent nicht interessiert oder will keinen Termin mit dir vereinbaren, dann sag ihm nicht, dass er blöd ist oder keine Ahnung hat. Die Interessen deines Gesprächspartners und deine Interessen sind unterschiedlich. Beendest du deine Unterhaltung auf positive Art, so kannst du den Kontakt weiter halten und irgendwann wird sich die Situation verändern. Hast du aber eine Auseinandersetzung mit deinem Gesprächspartner, so wirst du ihn nie im Leben kennen lernen.

25. Sei nicht erstaunt über die Einwände deines Gesprächspartners. Einwandbehandlung gehört zu deinen Hausaufgaben. Sei vorbereitet auf alle Einwände. Taucht plötzlich ein Einwand auf, den du noch nie vorher gehört hast, dann entwickele mehrere professionelle Antworten für diesen Einwand. Such dir die passende Antwort aus. Hast du im ersten Gespräch keine Antwort parat – das ist okay. Im zweiten Gespräch solltest du eine professionelle Antwort bringen, das zeichnet den Profi aus.

26. Die ersten Aussagen des Interessenten sind allerdings keine Einwände, sondern nur Vorwände, um dich wieder los zu werden. Deine Aufgabe besteht darin, die hinter den Vorwänden liegenden wahren Einwände zu erkennen und zu behandeln.

27. Die Einwände deines Interessenten sagen viel aus über die Denkweise des Gesprächspartners. Verwende die Einwände, um das Gespräch am Laufen zu haben.

28. Hier kommen einige Schlüsselwörter für dich, mit denen du an weitere Informationen kommst:

„Hilfe"

„Unterstützung"

„Ich hoffe, Sie können mir weiter helfen ....."

„Ich hoffe, Sie können mich dabei unterstützen ...."

Die Menschen lieben es, jemandem zu helfen und zu unterstützen.

29. Hier kommen einige Fragen, die du deinen Interessenten stellen kannst:

    „Wann soll ich Sie zurückrufen?"

    „Wie gehen wir weiter vor?"

    „Was sind die nächsten Schritte?"

    „Wer ist noch in den Entscheidungsprozess mit eingebunden?"

30. Willst du einen Termin vereinbaren, dann frage dich, ob das Wort „Termin" das passende Wort ist. In letzter Zeit verwende ich häufiger „persönliches Gespräch" – das hört sich für mich intimer, professioneller und bedeutender an.

4. Ausführung

1. Üb dein Telefonscript mit einem 10 oder 11 Jahre alten Kind. Wenn es das nicht versteht was du vorträgst, dann wird das auch kein Interessent verstehen. Du bist der Experte in dem, was du tust – dein Interessent hat keine Ahnung davon. Versteht dich dein Interessent nicht, dann wird er auch niemals „Ja" zu deinem Angebot sagen.

2. Deine Stimme geht am Ende des Satzes nach unten, es sei denn, du stellst eine Frage. Sind wir Menschen nervös, dann tendieren wir dazu, permanente Fragen zu stellen und heben am Ende des Satzes unsere Stimme. Dein Gesprächspartner wird dies als Unsicherheit definieren. Achte gezielt auf deinen Tonfall – nur dann wird dich dein Gesprächspartner als eine vertrauensvolle Person anerkennen.

3. Sei du selbst. Sei authentisch. Keiner will Geschäfte mit einem Blender machen. Glaub an dich, an dein Unternehmen und an die Produkte und Dienstleistungen. Du bist ein Mensch und Menschen kaufen immer von Menschen.

4. Denk rechtzeitig daran, zu atmen. Gerade wenn wir Menschen nervös sind, dann vergessen wir zu atmen. Und wenn keine Luft mehr in den Lungen vorhanden ist, gibt es auch kein sprechen mehr. Denn sprechen ist nichts anderes als tönendes ausatmen. Atme tief ein und füll deine Lungen mit frischer Luft. Zwölf bis fünfzehn Atemzüge pro Minute sind ausreichend. Mach einige Atemzüge, bevor du den Hörer in die Hand nimmst und deinen Interessenten anrufst. Schließ dabei deine Augen und atme einige Male tief ein und aus. Zusätzlich stellst du dich hin und schüttelst deine Arme aus, machst einige Entspannungsübungen mit der Schulter, dem Nacken und dann bist du fit für die kommenden Telefonate.

5. Achte während deiner Gespräche auf die Atmung. Wenn du dich gestresst fühlst und Schwierigkeiten mit der Atmung hast, dann mach eine kurze Pause. Mach wieder eine Atemübung und schon geht es wieder besser. Manchmal hilft es auch, wenn du beim Telefonieren dich hinstellst. Probier das aus. Wenn du dich dann noch bewegst und über eine ausgeprägte Körpersprache verfügst, dann wird deine innere Spannung nachlassen und die Nervosität geht zurück.

6. Die Betonung eines einzelnen Wortes kann die Bedeutung eines ganzen Satzes verändern. Nimm zum Beispiel den Satz: „Sie ist keine Diebin." Betonst du das Wort „Sie", so bedeutet das, dass sie keine Diebin ist sondern irgendjemand anderes. Betonst du das Wort „keine", so ist der Satz eine Verteidigung. Betonst du das Wort „Diebin" dann beinhaltet das, dass sie jemand ist, den du nicht namentlich nennst. Überlege dir deshalb genau, was du betonen willst.

7. Jeder von uns hat seinen persönlichen Rhythmus. Das ist das eigene Tempo, bei dem wir uns wohl fühlen. Treffen zwei Personen mit unterschiedlichen Rhythmen aufeinander, dann kann das zu Spannungen führen. Denk bitte darüber nach. Du hast es sicher schon

erlebt, wenn du selber schnell sprichst und auf jemanden triffst, der langsam spricht. Da bist du sicher ungeduldig geworden und warst der Meinung, dass du es mit einem Dummkopf zu tun hast und der nicht ganz helle im Kopf war? Andererseits kann es passieren, dass du entspannt redest und dein Interessent zu den Schnellsprechern gehörte und du dich gefragt hast, wie man mit einem solchen Typen Geschäfte abschließen kann. Das passiert nun mal sehr häufig, weil die Menschen so unterschiedlich sind. Und wir fühlen uns dann sehr wohl, wenn die Sprechgeschwindigkeit angeglichen ist. Dein Ziel ist ja die Kommunikation mit deinem Interessenten. Deswegen folge dem Rhythmus deines Gesprächspartners. Pass dein Tempo seinem an. Dann ist es einfacher für Sie, dich zu verstehen. Falls das für dich schwierig sein sollte, üb das mit einem Freund oder Kollegen.

8. Wenn du Schwierigkeiten haben solltest, in den Konversations-Rhythmus mit deinem Telefonleitfaden zu kommen, starte und beende absichtlich mit einer etwas höheren Geschwindigkeit und reduziere im Mittelteil. Das bringt eine intensivere Unterhaltung und macht es deinem Gesprächspartner schwer, dich gleich zu unterbrechen. Erst mit dem Ende eines Satzes erfolgt die Unterbrechung. Wenn du deine Ansage also flüssig rüberbringst, dann findet dein Gesprächspartner keine Gelegenheit, dich zu unterbrechen.

9. Kommst du zu dem wichtigsten Teil deines Telefonscriptes, dann fang an zu flüstern. Damit erzielst du eine besondere Aufmerksamkeit deines Gesprächspartners und er hört dir intensiver zu. Das ist eine verführerische Vorgehensweise. Stell allerdings sicher, dass du nicht zu leise sprichst und dein Interessent dich noch verstehen und dem Gespräch folgen kann. Einen ähnlichen Effekt hat auch die Wiederholung bestimmter Wörter. Ein Beispiel: „Das ist ein ganz, ganz neues Produkt auf dem Weltmarkt.“ Wenn du zweimal langsam und betonend „ganz“ sagst, hast du einen hypnotischen Effekt.

10. Schaltet dein Gesprächspartner das Telefon um auf Lautsprecherfunktion, dann sprich leise. Das ist die Aufforderung an ihn, den Hörer ans Ohr zu halten, damit er dich besser versteht.

11. Stell dich ruhig hin, wenn du telefonierst. Das bringt mehr Energie in deine Aussagen. Mit einem Headset kannst du dich frei bewegen, hast die Arme frei zum Gestikulieren. Sprich so, als wärst du mit deinem Interessenten allein im Raum. Der Interessent kann dich nicht sehen, er wird deine Energie spüren.

5. Verschiedenes

1. Setze ein CRM-System ein, um deine Adressen zu pflegen und sie auf Wiedervorlage zu legen. Mach dir viele Notizen im System – sobald du auf die Adresse zurückgreifst, bist du wieder im Bilde. Alle Informationen werden abgespeichert. Ich setze dazu das Programm AkquiseManger (www.akquise-software.de) ein – zur vollen Zufriedenheit.

2. Brauchst du eine Pause, dann mach sie auch. Ich empfehle dir einen Zeitraum von 50 Minuten für das Telefonieren und anschließend gibt es eine 10-minütige Pause. Steh auf und geh einige Schritte und streck und reck dich ausgiebig. Trink auch viel Wasser – das ist gut gegen die Dehydrierung. Es gibt keinen Grund, mit den Interessenten anders umzugehen, nur weil du im Moment müde bist. Du wirst einen Kompromiss finden zwischen der Notwendigkeit deiner erwarteten Quote und deiner persönlichen Entspannung.

3. Menschen kaufen von Menschen, die sie mögen und bei denen sie sich wohl fühlen. So wird dein Interessent auch gerne Termine vereinbaren mit Personen, die ihm sympathisch sind. Sei deswegen freundlich, ehrlich und hör gut zu. Widme dem Interessenten deine volle Aufmerksamkeit.

4. Ruf deinen Interessenten an, wenn er auch im Büro ist. Ruf ihn in der Frühe an, zur Mittagszeit oder am späten Nachmittag. Gibt es in deiner Branche ganz bestimmte Spezifikationen? Ruf dann an, wenn die Sekretärin dir eine bestimmte Uhrzeit angegeben hat.

5. Erfass weitere Telefonnummern und Gesprächspartner in deinem System. Du solltest die gleiche Nummer nicht immer wieder anrufen. Erstell einen Mix aus neuen und alten Interessenten, dann hast du mehr Abwechslung in der Akquisition.

6. Erreichst du immer wieder die Sekretärin oder Assistentin, dann solltest du maximal dreimal am Tag anrufen. Das ist auch mit ein Grund, neue Adressen aufzunehmen. Gehen deine Anrufe auf die Voicemail oder Mobilbox, dann sprich eine dynamische Ansage auf.

7. Lässt dich die Person in der Telefonzentrale in der Leitung hängen, dann leg auf und mach den nächsten Anruf. Wartest du bereits längere Zeit vergeblich auf den Interessenten, dann leg wieder auf, ruf erneut an und sag: „Mein Gespräch mit Herrn Schneider ist unterbrochen worden. Stellen Sie bitte durch – Danke.“ Entweder wird jetzt direkt durchgestellt oder du erfährst, wann Herr Schneider wieder zu sprechen ist.

8. Bei deinen Telefonaten hörst du auch manchmal die Ansage: „Wenn Sie den Verkauf sprechen wollen, dann wählen Sie die 1, wollen Sie die Technik dann wählen Sie die 2 etc. Wenn Sie keine Eingabe machen, gelangen Sie zur Telefonzentrale.“ Willst du herausfinden, wer der Entscheider ist, dann geh bitte wie folgt vor: Sobald sich die Person

aus der Telefonzentrale meldet, sagst du: „Bevor Sie mich verbinden, sagen Sie mir doch bitte, wer ist seitens der Geschäftsleitung für den Vertrieb zuständig?" Damit bekommst du dir richtige Information und lässt dich verbinden.
Eine andere Möglichkeit: ruf einfach eine Durchwahlnummer an und wenn sich eine Person meldet, sagst du: „Ich hoffe Sie können mir weiterhelfen, ich habe den Wunsch mit dem Geschäftsführer Vertrieb zu sprechen – wer ist das bitte?"

9. Sei konsequent und beharrlich. Konzentrier dich auf deine Anrufe. Interessenten begrüßen eine gewisse Beharrlichkeit. Sie vergleichen dich dann gerne mit ihrem eigenen Vertriebsteam. Es ist auch für sie ein Hinweis darauf, wie du vorgehst, wenn du später den Auftrag in der Tasche hast.

10. Halte deinen Interessenten niemals in einer Warteschlange. Dein Interessent wird sein Interesse und seinen Elan verlieren. Stell sicher, dass er deine volle Aufmerksamkeit bekommt.

11. Um Geschäftsführer zu erreichen, sind folgende Zeiten gut: morgens vor 8:30 Uhr oder nachmittags ab 17 Uhr. Zu diesen Zeiten sind die Sekretärinnen oder Assistenten nicht mehr an ihrem Arbeitsplatz und der Interessent geht persönlich ans Telefon. Die Mittagszeit ist auch noch gut, da sich das Umfeld der Geschäftsführung in der Kantine aufhält.

12. Nachfassen. Nachfassen. Nachfassen.

13. Halte deine Zusagen ein. Wenn du deinen Rückruf ankündigst für Dienstag den 12. um 15 Uhr, dann ruf auch am Dienstag den 12. um 15 Uhr an.

14. Viele Aufträge kommen erst nach dem siebten Kontakt zustande. Die Kontakte sind Telefonate, Faxe, E-Mails oder Briefe. Die meisten Verkäufer geben auf nach dem dritten oder vierten Kontakt. Wenn du das auch machst, so lässt du viel Geld auf der Straße liegen – deine Konkurrenz wird sich freuen.

15. Sagt dir dein Interessent, dass du in zwei Wochen wieder anrufen sollst, so ruf spätestens nach anderthalb Wochen wieder an. Sollst du in zwei Monaten wieder anrufen, dann ruf nach sechs Wochen wieder an. Es ist immer besser, etwas früher wieder anzurufen und dir stehen alle Möglichkeiten wieder offen. Sagt dir der Interessent, dass du später anrufen sollst, so ist das völlig okay. Ein „Rufen Sie in zwei Wochen wieder an" ist immer besser als die Antwort: „Wir haben letzte Woche die Entscheidung für einen anderen Lieferanten getroffen."

16. Wenn du das Gefühl hast, deinen Interessenten zu oft anzurufen, dann frag ihn einfach. Sag: „ich will Ihnen ja nicht auf den Wecker gehen, Herr Schulze, wann soll ich denn wieder anrufen?" Viele werden sagen: „Sie gehen mir schon nicht auf den Wecker, ich schätze Ihren nächsten Anruf." Und dann werden sie dir einen Termin nennen für den Rückruf. Und dann rufst du wieder einige Tage früher an. Du kannst deinen Interessenten auch fragen: „Wie gehen wir bei den Folgeaktivitäten

voran?" Der Interessent wird es dir jetzt schon sagen.

17. Veränderungen brauchen ihre Zeit. Über Nacht wird sich der Erfolg nicht einstellen. Manchmal wird es Wochen dauern, bis die Veränderungen sichtbar werden. Und wenn du es richtig machst, dann wird sich der Erfolg auch einstellen. Du erinnerst dich an den Spruch von Sir Winston Churchill: „Never, never never give up!"

18. In schwierigen wirtschaftlichen Zeiten kann es durchaus sein, dass die Kundentreue auf wackeligen Beinen steht. Das ist dann eine besondere Zeit für die Kunden deiner Konkurrenz. Kennst du deine Konkurrenz, dann kennst du auch ihre Schwachstellen. Wo gibt es eine Angriffsfläche? Erkennst du dein Potential?

19. Vor fünf Jahren ist es viel einfacher gewesen, Interessenten zu erreichen. Es gab zwar nur die Büronummer, doch die Gesprächspartner waren weniger in Meetings, auf Dienstreisen etc. Heute haben wir unterschiedliche Wege, um den Entscheider zu erreichen. Wir haben weiterhin die Büronummer, die Nummer vom Home-office, die Telefonnummer vom Handy/Smartphone und natürlich die E-Mail-Adresse. Setz alle Varianten ein, um deinen qualifizierten Gesprächspartner zu erreichen.

20. Wählst du den Weg per E-Mail, dann gelten die gleichen Regeln wie bei einem Anruf: konzentrier dich auf den Nutzen. Nur dann bekommst du die volle Aufmerksamkeit deines Gesprächspartners.

21. Vermeide die Aussage: „Sie kennen mich nicht."
Gib eine solche Aussage in einer besseren positiven Weise, z.B. „Wir haben uns bisher noch nicht getroffen."

22. Frag viel. Bezieh den Interessenten in das Gespräch mit ein. Rede nicht auf ihn ein. Idealerweise solltest du 25 bis 30 Prozent der Zeit sprechen – der Rest ist für deinen Interessenten. Teste auch kritische Varianten aus wie z.B.: „Wer trifft denn die Entscheidungen über die Anschaffung von Ersatzteilen?" Klare Fragen wie z.B.: „Wollen Sie Ihren Gewinn erhöhen?" irritieren den Interessenten.

23. Sei freundlich und zuvorkommend.
Benutze solche Redewendungen wie „Wenn sie damit einverstanden sind ...", „Danke sehr", „Ich schätze Ihr Engagement ..."

24. Sprich geschäftsmäßig. Sei flexibel und lache, wenn möglich. Aber reiß keine Witze auf Kosten anderer. Triff den Ton deines Gesprächspartners. Leg dir eine tiefe Stimmlage zu – tiefe Stimmen deuten immer auf Seriosität und Kraft hin.

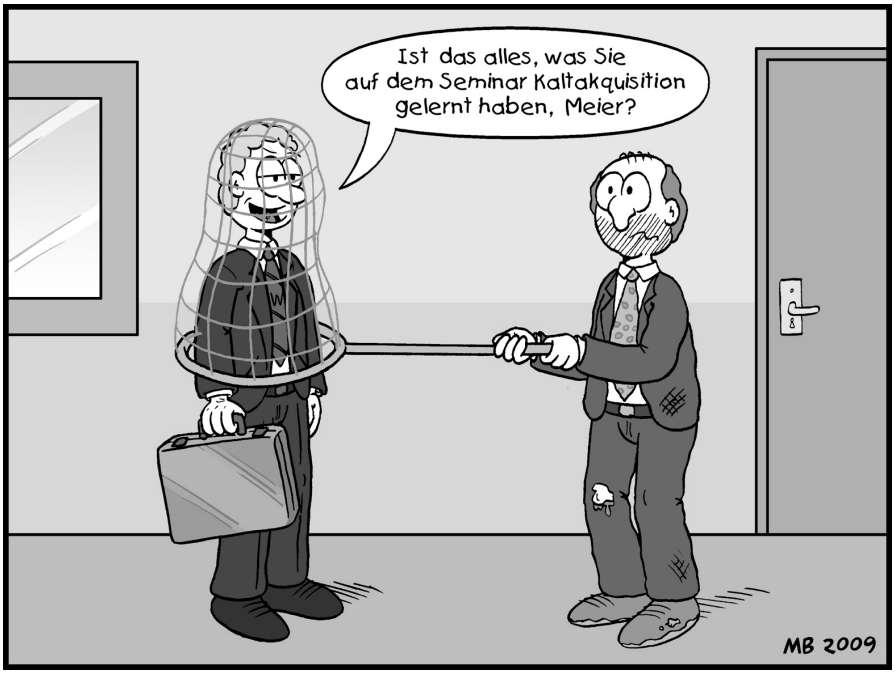
25. Sei begeisternd. Leg ein Lächeln in deine Stimme. Lass deine natürliche Art in deinen Aussagen spiegeln.

26. Sprich deinen Interessenten mit seinem Namen an. Nichts hört er so gerne wie seinen Namen. Deswegen sprich ihn des Öfteren mit seinem Namen an. Benutzt du den Namen in jedem dritten Satz, dann wirkt es gekünstelt.

27. Zeig ihm, dass du zuhörst. Wiederhole die Äußerungen deines Interessenten und frag zurück, wenn du etwas nicht verstanden hast. Während der Interessent spricht, benutze Aussagen wie: „Ah, ja...“ „Richtig“, und andere vokale Zustimmungen um dem Gespräch aktiv zu folgen.

28. Hinterlass immer deinen Namen. Du solltest nicht erwarten, dass dein Interessent zurückruft. Wenn du aber wieder anrufst, erinnern sie sich möglicherweise an deinen Namen.

29. Sage der Dame am Empfang nur den Namen deines Unternehmens, wenn er bekannt ist. Empfangsdamen sortieren dich automatisch aus oder stellen unbequeme Fragen wenn sie ihn noch niemals gehört haben: „Schönen guten Tag Frau Schneider, hier ist Vorname Nachname von der Telekommunikation AG. (Sprechpause) Verbinden Sie mich bitte mit Herrn Schulze!“



Mythos Kaltakquisition

1. **Es ist ein Nummernspiel.** Das ist es nicht! Zum Telefonhörer greifen und einfach nur Nummern anzurufen, ist nun wirklich nicht die Basis für den Erfolg. Gerade in der heutigen Zeit ist es sehr anspruchsvoll, die Entscheider ans Telefon zu bekommen. Du musst heute zielorientiert, strategisch vorgehen und bestens ausgebildet sein.

2. **Kaltakquisition ist Manipulation.** Viele Menschen glauben, dass es bei der Kaltakquisition nur darum geht, die Angerufenen so zu manipulieren, dass sie Dinge kaufen, die sie gar nicht haben wollen. Das stimmt nicht. Dein Kaltanruf ist nur der Einstieg. Es gibt viele Wege, mit dem Interessenten in Kontakt zu treten. Kaltakquisition ist einer davon.

3. **Hör dir die „Nein" an, leg schnell auf und werde erst dann hellhörig, wenn jemand „Ja" sagt.** Das ist mein persönlicher Favorit – glaubst du das jetzt wirklich? Viele Trainer trainieren ja den Umgang mit der Ablehnung. Ich trainiere doch lieber das Wissen, damit der Interessent „Ja" zu mir sagt, anstatt mich auf die „Nein" zu konzentrieren. Mit der richtigen Einstellung und der Nutzenargumentation bist du schneller auf dem Erfolgsweg.

4. **Der geborene Verkäufer.** Das ist nun wirklich ein hartnäckiges Gerücht im Markt, dass du Talent mitbringen musst, um erfolgreich im Verkauf zu sein. Untersuchungen ergaben, dass unter eintausend Topp-Verkäufern nur einer dabei war, der Talent mitgebracht hatte. Der Rest hat einfach nur eins gemacht: sich das richtige Wissen angeeignet. Es kommt doch heute keiner auf die Welt, der das Wissen über Kaltakquisition schon im Mutterleib verinnerlicht hat. Hier geht es doch im die Kompetenz der Kommunikation und das kannst du auch lernen. (Weil ich das gelernt habe, habe ich mich vor 22 Jahren selbständig gemacht als Verkaufstrainer und verkaufe so mein Wissen. Und wenn ich das lerne, dann lernt das auch jeder andere auf diesem Planeten.)

Worüber wir bei der Kaltakquisition sprechen ist doch nichts anderes als zu telefonieren. Und telefonieren und kommunizieren ist doch die Basis für deinen vertrieblichen Erfolg. Es ist einfach ein Telefonat.

Transfersicherung im Training

Mittlerweile bin ich seit über 33 Jahren aktiv im Verkauf und seit 24 Jahren selbständig als Verkaufstrainer + Fachbuchautor. Es war eine turbulente Zeit, als ich den Start in die Selbständigkeit wagte. Denn wie sagte ein Trainerkollege zu mir: „Jetzt bist du selbst und ständig in deiner persönlichen Akquisition unterwegs." Na klar, wenn ich erfolgreich sein will, bleibt mir tatsächlich nichts anderes übrig, als zum Telefon zu greifen, um wildfremde Personen anzurufen und ihnen zu erläutern, was ich doch für ein toller Trainer bin. Diese Vorgehensweise hat auch nicht in allen Fällen geklappt.

Was ich bereits früh festgestellt habe war die Tatsache, dass von den Trainingsthemen viel zu wenig umgesetzt wurde. Die Spitzenverkäufer tun sich da einfacher und sind schneller bereit, neue und erfolgreiche Verfahren einzusetzen. Als ich mit einigen der damaligen Trainingsteilnehmer gesprochen hatte, gab es überwiegend folgenden Kommentar: „Ach weißt du Werner, hier draußen sieht die Welt wieder ganz anders aus. Dein Training ist Theorie, die Praxis findest du nur beim Kunden."

Wie schrieb doch das Fachmagazin „sales profi": *„Bis zu 20 Prozent Wissen nehmen die Teilnehmer aus den Trainings mit – das reicht in Zukunft nicht mehr aus. Neue Fertigkeiten und Fähigkeiten müssen konsequent am Arbeitsplatz trainiert werden."* Es gibt ja Verkaufstrainer, die vertreten den Standpunkt, dass sich ein Training bereits gelohnt hat wenn der Teilnehmer nur eine Idee umsetzt. Mit dem kann und will ich mich natürlich nicht einverstanden erklären.

Der Mitbegründer der Mindmap-Technologie, Tony Buzan, verweist auf neue Studien, wonach innerhalb von 24 Stunden 80 Prozent der Details bereits vergessen sind. Über einen Zeitraum von vier Monaten wird die Erinnerung an ein Seminar gegen Null gehen. Fragen Sie Ihre Mitarbeiter nach vier Monaten: *„Wie war es auf dem Training*?" wundern Sie sich nicht über die Teilnehmer-Antwort: *„Auf was für einem Training*?"

Das größte Kaufmotiv in der heutigen Zeit ist Vertrauen. Vertrauen aufzubauen dauert lange, Vertrauen zu zerstören kann in Sekunden passieren. Die Basis für Vertrauen ist immer die Wahrheit. Wie hältst du es mit der Wahrheit? Wer seine Kunden Ernst nimmt – und das meine ich mit ganzem Herzen – sie wertschätzt und ehrlich und fair behandelt, hat gute Chancen ihr Vertrauen zu gewinnen. Und das willst du ja als Topp-20%-Verkäufer.

4+1 Maßnahmen, die Ihre Verkäufer sofort weiterbringen

Maßnahme #1: Das richtige Verkaufstraining mit dem richtigen Trainer

Verkaufstrainings mit einem Trainer, der

- die Sprache der Verkäufer spricht
- sofort von den Teilnehmern als Vertriebsprofi akzeptiert wird
- das Verhalten verändert, denn Kennen ist nicht gleich Können.
- das Verkaufen von der Pike auf erlernt hat - vom Vertriebs-Assistent bis hin zum Geschäftsführer
- bisher 5 Fachbücher und 12 eBooks über das VERKAUFEN geschrieben hat
- seit 24 Jahren selbständig ist als Verkaufstrainer + Fachbuchautor

Maßnahme #2: Training-on-the-Job/ Coaching

Wie definiere ich den Begriff Coaching? Der Coach ist ein Berater, der den Beratenden dabei unterstützt und begleitet, sich selbst zu helfen und die gesteckten Ziele zu erreichen. Der Vergleich mit dem Sport trifft hier ideal zu. Nur Spitzensportler, die permanent unter Anleitung ihres Coaches trainieren, bringen auch Spitzenleistungen.

Das Gleiche gilt auch für Menschen, die beruflich weiterkommen wollen. Klar, ein guter Rat von einem Freund oder einem Bekannten ist okay. Doch ein externer Coach ist neutral und geht mit systematischen Analysemethoden an die Aufgabe heran.

Einer der größten Trümpfe, die ein Coach mit ins Spiel bringt, ist seine Lebenserfahrung. Keine Sorge, der Coach muss nicht mehr erlebt oder erreicht haben als sein Gesprächspartner – er muss nur wissen, wie er mit solchen Menschen umgeht und welche Fallstricke und Hürden im Coachinggespräch liegen.

Soll die Vertriebsmannschaft gecoacht werden, so ist es ratsam, einen Coach/Trainer einzusetzen, der über umfangreiche Vertriebs- und Führungserfahrung verfügt. Die Akzeptanz des Teams ist schnell hergestellt – oder sehen Sie im Verkaufscoaching den Familientherapeuten?

Im harten Verkaufsalltag sind Menschen gefordert, die zuerst mit der PUSH-Methode dem Coachee aufzeigen, wie er mit geringem Aufwand neue Verkaufserfolge erzielen kann. Je schneller der Erfolg da ist, umso schneller wird auf die PULL-Ebene gewechselt, um die Eigeninitiative und Selbstverantwortung zu steigern.

Mit dem Coaching-vor-Ort und dem von mir entwickelten „Kybernetisches-Coaching"© erreichen Sie zwei wichtige Ziele:

1. Qualifizierte und zufriedenere Mitarbeiter und

2. langfristige Rentabilitätssteigerungen durch mehr Umsatz, mehr Profit und neue Kunden.

Bei meinem Coaching wird jeder Verkäufer direkt in seiner alltäglichen und realen Verkaufspraxis begleitet. Nach jedem Verkaufsgespräch gibt es ein systematisches Feedback. Die Anregungen aus diesem Feedback werden beim nächsten Verkaufsgespräch gleich umgesetzt. Auch bei dieser Umsetzung wird der Verkäufer von mir weiterhin begleitet und erhält ein noch weiterführendes und vertiefendes Feedback.

Durch diesen mehrfachen und aufeinander aufbauenden Wechsel von Feedback und Umsetzung werden die Verkaufsgespräche des Verkäufers von Gespräch zu Gespräch ausgefeilter. Dadurch entwickelt sich eine spiralförmige Steigerung der persönlichen Verkaufskompetenz und des Verkaufserfolgs. Dieses Training und

Coaching ist die intensivste und effizienteste Methode, um Verkäufer zu Top-Verkäufern zu entwickeln.

Wie erfolgt das Training-on-the-job?

Innendienst/Inside-Sales

Jeweils ein Zweier-Team nimmt an diesem Training teil. Ein Mitarbeiter führt das Telefonat und der andere Mitarbeiter hört zu. Die Gespräche der Teilnehmer zeichne ich auf und nach jedem Telefonat wird das Gespräch analysiert: Was war gut? Was war weniger gut? Was machen wir im folgenden Telefonat anders?

Jedes Telefonat wird auf einem Ergebnisblatt festgehalten. Hierbei zählen Wählvorgänge, Bruttokontakte und Nettokontakte. Die Nettokontakte werden noch unterteilt nach denn jeweiligen Zielen des Telefonates: Termine, Produktverkauf, Interessentenqualifizierung, Zusatzumsatz Jahresendgeschäft, Aufleben der Geschäftsbeziehungen, Nachfassen bei Angeboten etc.

Nach einer Stunde wechselt das Zweierteam und die Person, die bisher zugehört hat, führt die nächsten Gespräche. Sie wird ihre Gespräche schon erfolgreicher führen, da sie ja bisher „zuhörend" am Training teilgenommen hat und genau weiß, auf welche Punkte sie achten muss.

Ist diese Trainingsrunde für das Zweierteam nach zwei Stunden vorbei, kommt das nächste Team zum Coaching. Das erste Team geht an den Arbeitsplatz zurück, führt die weiteren Gespräche und protokolliert die Ergebnisse auf dem Ergebnisblatt.

Die erste Feedbackrunde findet für alle Teilnehmer gegen 12 Uhr statt und die Teilnehmer berichten von ihren Erlebnissen und Ergebnissen.

Nach der Mittagspause findet die nächste Coachingrunde statt. Ein Tagesplan für vier Mitarbeiter sieht in der Regel wie folgt aus:

08:00 Uhr: Festlegen der Ziele, Telefonleitfaden und Einwandbehandlung überprüfen, Rollenspiele;

09 Uhr Training/Coaching Team 1

11 Uhr Training/Coaching Team 2

12 Uhr Feedbackrunde

13 Uhr Training/Coaching Team 2

14 Uhr Training/Coaching Team 1

15 Uhr Training/Coaching Team 2

16 Uhr Feedbackrunde: Besprechung der erreichten Ergebnisse. Ausblick auf meine künftigen Aktivitäten.

17 Uhr Ende des Training/Coaching

Außendienst-Mitarbeiter

Ich begleite den einzelnen Mitarbeiter einen ganzen Tag und es findet ein one-to-one-Coaching statt. Wir nehmen gemeinsam Kundentermine wahr und analysieren nach jedem Gespräch: Was war das Ziel unseres Besuches? Haben wir das Ziel erreicht? Wenn ja, hätten wir schneller zu unserem Ziel kommen können? Wenn nein, was hätten wir anders machen können?

Hilfestellung bekommt der Verkäufer von mir in seinen Telefonaten mit Kunden, Interessenten und Kollegen. Wie zielführend war das Gespräch? Habe ich den Nutzen exakt definiert? Was hätte ich zusätzlich noch mit einbringen können? Warum kamen die Einwände plötzlich auf? Warum gelang es mir nicht, ein Vertrauensverhältnis aufzubauen?

Neben den Kundenterminen nehmen wir Interessententermine wahr. Hierzu zählen sowohl die vereinbarten Termine als auch die Kaltakquisition direkt vor Ort. Wir gehen in die Unternehmen rein, akquirieren und gehen – bei Bedarf – mit Aufträgen wieder raus.

Über den Tag verteilt bekommt der Mitarbeiter ein permanentes Feedback – egal ob es um seine Kommunikation, sein Auftreten, sein Verhalten, seine erreichten Zielvorgaben, seine Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft geht. Am Ende des Tages füllen wir gemeinsam den Coachingbogen mit den einzelnen Beobachtungskriterien aus.

Maßnahme #3: Team5-Dialog

Die Hans-Böckler-Stiftung und die Bertelsmann-Stiftung haben den Verkauf analysiert und sind zu folgendem Ergebnis gekommen:

- 10 Prozent der Mitarbeiter erbringen Spitzenleistungen
- 40 Prozent der Mitarbeiter erbringen durchschnittliche Leistungen (mit einer freien Kapazität von 50%)
- 50 Prozent der Mitarbeiter erbringen unterdurchschnittliche Leistungen (mit einer freien Kapazität von 80%)

Die größten Probleme lassen sich im kommunikativen Bereich finden: 70%.

Erstaunlich ist, dass jahrzehntelange Seminardurchführung in den Unternehmen die Leistungsstruktur kaum verändert hat.

Fachmagazin salesprofi:*„Bis zu 20 Prozent Wissen nehmen die Teilnehmer aus den Trainings mit – das reicht in Zukunft nicht mehr aus. Neue Fertigkeiten und Fähigkeiten müssen konsequent am Arbeitsplatz trainiert werden.*"

Der Spiegel schreibt:*„Konventionelles Präsenztraining ist nicht mehr der alleinige Angebotskanal. Viele Unternehmen experimentieren zurzeit mit alternativen Unterrichtsmethoden. Immer mehr Mitarbeiter wollen am Arbeitsplatz lernen, genau dann, wenn der Wissensbedarf auftritt.*"

- Wenn aber nur 10 bis 20 % von dem hängen bleiben, was wir in den Seminaren lernen,
- wenn jedes 4. Veränderungsprojekt im Unternehmen versandet (70 % der Reengineering-Anwender verbesserten weder Wachstum noch Gewinn (vielen ging es schlechter als vorher),
- wenn 4 von 10 Unternehmen nicht einmal 60 % der angestrebten Ziele erreichen,
- wenn 1/3 der Mitarbeiter bereits innerlich gekündigt haben,
- wenn 70 % der Probleme im kommunikativen Bereich liegen,

was ist jetzt zu tun?

Die Bedeutung lediglich erworbenen Wissens tritt in den Hintergrund. Bedeutender ist das, was Menschen davon im täglichen Arbeitsprozess produktiv anwenden.

Das heißt, sich in Feedbackschleifen zu verbessern, offen zu sein und selbstbewusst mit Fehlern umzugehen. Aus Fehlern lernen ist die Herausforderung der künftigen Seminarteilnehmer.

Mitarbeiter lernen immer weniger in Seminarräumen, weit weg von der täglichen Arbeitssituation. Sie lernen direkt an ihrem Arbeitsplatz, und verbessern so kontinuierlich ***ihre Leistungen im Team***.

Alle Mitarbeiter werden zu Team-Playern, indem sie erkennen, dass sich in unserer arbeitsteiligen Gesellschaft nur der weiterentwickelt, der sein Wissen mit den Anderen teilt.

Meine These:

Die nachhaltigsten Interventionen sind die Veränderungsimpulse, die direkt in die Praxis hineinwirken.

Team5-Dialog® ergänzt notwendige Basis-Verkaufsseminare durch konsequente Begleitungen in der Praxis. Wir gehen mit in die Praxis, trainieren dort wo die Verkäufer auf die Kunden treffen.

Sie setzen sich mit den Anforderungen im direkten Umfeld auseinander. Alle Betroffenen sind einbezogen. Das führt zu realistischen Vereinbarungen. Gemeinsame Erlebnisse werden integriert. Diese werden am Ort des Geschehens geankert und erinnert.

Der Team5-Dialog® wird während des Trainings-vor-Ort eingeführt. Mitarbeiter werden zusätzlich zu Moderatoren ausgebildet, die dann täglich miteinander fünf Minuten per Telefon oder im Direktkontakt jeweils bis zu fünf Kollegen betreuen. Der aktuelle Moderator wechselt im wöchentlichen Rhythmus und jedes Mitglied im Team übernimmt für eine Woche die Moderatorenrolle.

Der Team5-Dialog® hilft dabei, das Verhalten von Spitzenmitarbeitern auf junge, unerfahrene oder weniger starke oder nur schwach motivierte Mitarbeiter zu übertragen. Neben der Leistungsstruktur wird das Leistungsniveau der Führungskräfte und Mitarbeiter durch die intensive, persönliche und tägliche Kommunikation untereinander verbessert. Durch den Informationsaustausch entwickelt sich mehr Nähe und dichte zueinander. Es wird mehr Lob und Anerkennung ausgesprochen und Aufgaben können gemeinsam besser bewältigt werden.

Spielregeln für den Team5-Dialog®

- konsequent täglich miteinander sprechen
- nicht länger als fünf Minuten miteinander sprechen
- täglich neu feste Zeiten absprechen

- nicht mehr als fünf Teilnehmer
- nicht mehr als fünf Themen
- spätestens nach einer Woche Moderatorenwechsel
- Führungskräfte täglich informieren
- kurze Vor- und Nachbereitung

Worüber im Team5-Dialog® täglich gesprochen wird:

- Welches war heute mein bestes Verkaufserlebnis?
- Wo konnte ich einen Auftrag erhalten, obwohl ich teurer war?
- Wo konnte ich meinen ärgsten Mitbewerber aus dem Feld schlagen?
- Welche Kunden bedankten sich bei mir für die gute Betreuung?
- Welche Kunden lobten mich vor meinem Boss?
- Welche Großaufträge konnte ich nach zähen Verhandlungen „an Land" ziehen?
- Verzicht auf zeitraubende und umfangreiche Analysen. - Analyse soviel wie nötig, so wenig wie möglich
- Individuelles, situationsangepasstes Echtzeittraining vor Ort mit den Mitarbeitern, führt zu gewünschter Verhaltensumsetzung
- Keine Zeit-/Umsatzverluste durch das ‚Herausziehen' der Mitarbeiter aus der täglichen Arbeit
- Selbstregulierender und steuernder Befähigungsprozess durch die Mitarbeiter
- Permanente, tägliche und effiziente Kommunikation schafft die bessere Organisation – im Vergleich zum Mitbewerber
- Beteiligung und Identifikation der Mitarbeiter mit gewollten sowie notwendigen Veränderungsprozessen und den Zielen des Unternehmens

Ziele, Nutzen und Bedeutung

- Verbessert die Kommunikation zwischen Mitarbeitern – Führung – Kunden

- Stärkt den gezielten und selbstverständlichen Informationsaustausch
- Erreicht eine permanente, interne Weiterbildung und Selbstbefähigung
- Fördert die Motivation und Aufrechterhaltung von Trainingswissen
- Verbessert die Selbstführung und Selbstorganisation
- Sorgt für Hilfestellung, Ermutigung und lebendiges Miteinander
- Fördert Teamgeist und schafft damit Voraussetzungen für neue Arten der Zusammenarbeit
- Leistet eine behutsame und effektive Integration neuer Mitarbeiter
- Bewirkt die Einführung und Aufrechterhaltung einer Leistungs- und Vertrauensorganisation
- Aktiviert freie Kapazität und ungenutzte Mitarbeiter-Potenziale

Team5-Dialog erhöht entscheidend die Marktdurchdringung, steigert Umsatz und Ertrag!

Maßnahme #4: Sales-Cards

Das Spiel für mehr WISSEN im Verkauf:

Mehr Termine. Mehr Aufträge. Mehr Neukunden.

Mit diesem 4-stufigen Erfolgspaket ist gewährleistet, dass die Mitarbeiter sich kontinuierlich verbessern. Vertriebsmitarbeiter erreichen mehr Termine, mehr Aufträge, sind in Preisgesprächen erfolgreicher und reduzieren die Anzahl der verloren gegangenen Aufträge.

Was ist nun Sales-Cards, die 4. Stufe meines Erfolgskonzeptes?

Das Spiel um mehr Wissen im Verkauf: Mehr Termine. Mehr profitable Aufträge.

Ein Verkaufstraining bedeutet noch lange nicht, dass Ihre Verkäufer plötzlich zu den Topp-20%-Verkäufern gehören. Erst das richtige Training ***plus*** Training-on-the-job **plus** Team5-Dialog© ***plus*** Sales-Cards sichern langfristig den Erfolg Ihres Vertriebsteams ab.

Spielrunde in jedem Vertriebsmeeting max. 30 Minuten und danach weiß jeder Teilnehmer genau, wo sein Verbesserungspotential liegt. So entwickeln Sie Verkäufer zu Topp-20%-Verkäufer.

Das Spiel dreht sich um alle Stufen des Verkaufsprozesses und beinhaltet die Themen: Beziehungsaufbau, persönliche Ja!-Einstellung im Verkauf, Vorteil-/NUTZENargumentation, Einwandbehandlung, Fragetechniken, Bedarfsanalyse, Preisgespräche, Abschlusstechniken, Empfehlungsgeschäft, emotionales Verkaufen, Akquisition, Körpersprache, Psychologie im Verkauf, Telefonleitfäden etc.

Anwendungsbeispiel: Im Vertriebsmeeting zieht jeder Verkäufer eine Fragekarte und beantwortet diese. Der Moderator überprüft die Antwort auf Richtigkeit und macht einen Kurzeintrag im iPad (oder handschriftlich auf dem Ergebnisbogen). Dadurch wird sichergestellt, dass immer wieder neue Karten gezogen werden und alle Punkte des Verkaufsprozesses kontinuierlich trainiert werden. Das System ist methodisch-didaktisch aufbereitet und beinhaltet u.a. suggestive Sprachmuster.

- Ihr Nutzen:
- Kontinuierlicher Verbesserungsprozess in den Bereichen Vertrieb und Kommunikation
- professionelles Auftreten der Mitarbeiter bei Interessenten und Kunden
- Mehr Kundenempfehlungen durch begeisterte Kunden
- Reduzierung des Verkaufsprozesses durch den Einsatz suggestiver Sprachmuster
- Zufriedene und motivierte Mitarbeiter, die ihre Ziele zu mehr als 100% erfüllen
- Lernen mit Spaß und Freude.
- Basis-Ausstattung: DIN A4-Ordner mit 10 Frage- und 10 Antwortkarten und Ergebnisbogen pro Teilnehmer. Weitere Spielkarten werden einmal im Quartal mit neuen Themen verschickt.
- Gesamtumfang des Trainingsprogramms: 52 Frage- und 52 Antwortkarten.

  Sales-Cards: der kontinuierliche Verbesserungsprozess im Verkauf – ab 2014 Fragekarten auf dem iPad.

Werner F. Hahn:

Ob das Verkaufstalent in die Wiege gelegt wird? Sicher ist: Ich habe „Verkaufen" von der Pieke auf gelernt. In allen Stufen des Vertriebs – vom Assistent bis zum Geschäftsführer.

Seit 1989 biete ich mein Wissen und meine Erfahrung als selbstständiger Verkaufstrainer, Personal Coach und Fachbuch-autor an. Meine Kunden bilanzieren: Mit Werner F. Hahn haben wir einen Trumpf gezogen: Für mehr Aufträge, steigende Umsätze und höheren Verdienst. Heute zähle ich zu den effizienten Dienstleistern der Branche.

Meine Methoden

Ich bilde aus: vom Verkaufs-Assistenten zum Profi-Verkäufer. Meine Schwerpunktthemen sind: Neue Kunden gewinnen, Kaltakquisition, Präsentationstechnik, Messetraining, Refresher-Training, Vorteil-/NUTZENargumentation, Einwandbehandlung, Fragetechnik, Rhetorik, Preis- und Rabattgespräche, Abschlusstechniken, Mitarbeiter-Motivation, Sprache im Verkauf, Verkauf am Telefon, Training und Coaching direkt am Arbeitsplatz und beim Kunden vor Ort.

Ich trainiere Verkäufer in authentischen Situationen, auch direkt beim Kunden. Diesen Schwerpunkt meiner Methode dokumentieren zehntausende Kaltakquisitionen per Telefon und tausende gemeinsame Kundenbesuche mit oder ohne Terminvereinbarung. Ich lege den Finger in offene Wunden und zeige, wie man es besser und erfolgreicher macht. Daraus resultieren Sofort-Erfolge, die bei den Teilnehmern neue Energie wecken, ihre Motivation stärken und wieder richtig Spaß daran vermitteln, Verkäufer zu sein.

Meine Referenzen

Bisher haben mehr als 10.000 Teilnehmer meiner internen wie öffentlichen Trainings und Workshops ihre Motivation und ihre Umsätze messbar gesteigert:

Verkäufer…

• aus unterschiedlichen Branchen,

• in Klein- und Mittelbetrieben ebenso wie in DAX-Konzernen,

• von Dienstleistungen und Investitionsgütern

• bei Investitionsvolumen von mehr als 10.000.000,- Euro ebenso, wie von Produkten um € 100,- das Stück.

Meine Fachbücher:

111 Verkäuferfragen 111 professionelle Antworten:

Werners rote Verkäuferkladde (wird derzeit überarbeitet und erscheint 2014 neu)

88 typische Verkäuferfehler:
Werners schwarze Verkäuferkladde
ISBN: 978-3-8370-4757-8

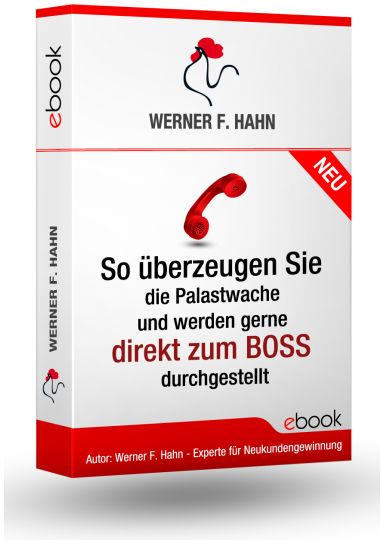
Mach den Abschluss:
Werners blaue Verkäuferkladde
ISBN: 978-3-8370 3173-7

Kaltakquisition – So bekommst du (fast) jeden Termin:
Werners weiße Verkäuferkladde:
ISBN: 978-3-8391-9221-4

Mehr Termine. Mehr Aufträge. Werners gelbe Telefonkladde im online-shop unter: www.shop.wernerhahn.de

Folgende eBooks habe ich bisher veröffentlicht

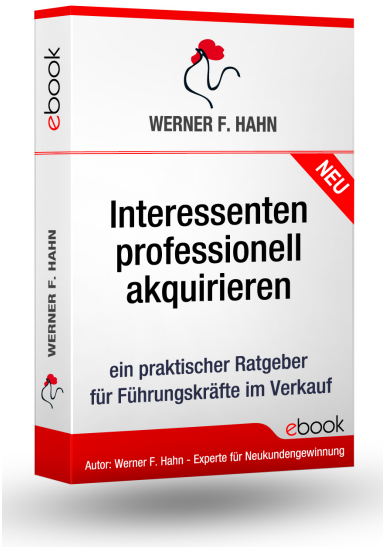
ebook
WERNER F. HAHN
NEU
11
gravierende
Verkäuferfehler
ebook
Autor: Werner F. Hahn - Experte für Neukundengewinnung


ebook
WERNER F. HAHN
NEU
So überzeugen Sie
die Palastwache
und werden gerne
direkt zum BOSS
durchgestellt
ebook
Autor: Werner F. Hahn - Experte für Neukundengewinnung

ebook
WERNER F. HAHN
57
Zum Durchstarten im Verkauf
&
Wie du dich von deiner stärksten
Konkurrenz unterscheidest
Verkäufer-Tipps
vom Profi
Autor: Werner F. Hahn - Experte für Neukundengewinnung

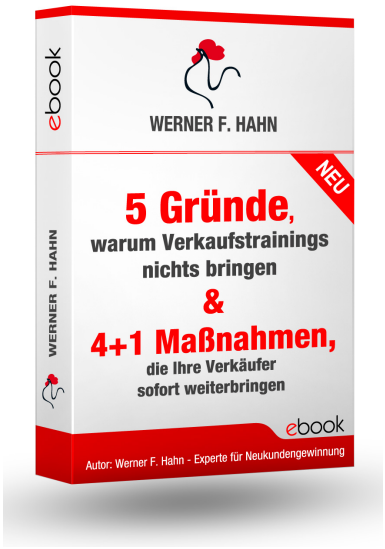
ebook
WERNER F. HAHN
NEU
So coachen Sie
Ihr Vertriebsteam
an die Spitze!
ebook
Autor: Werner F. Hahn - Experte für Neukundengewinnung

ebook
WERNER F. HAHN
NEU
Akquirieren + Abschliessen
Vom Verkäufer zum Topp-20%-Verkäufer
ebook
Autor: Werner F. Hahn - Experte für Neukundengewinnung

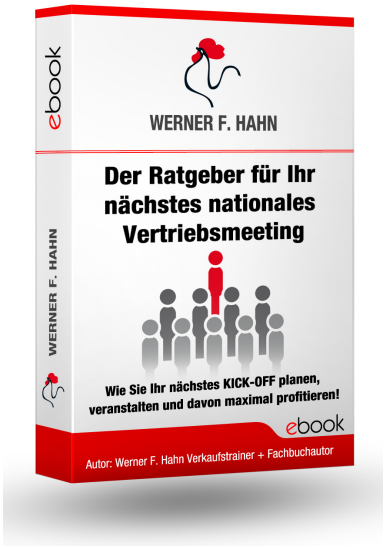

ebook
WERNER F. HAHN
NEU
Interessenten professionell akquirieren
ein praktischer Ratgeber für Führungskräfte im Verkauf
ebook
Autor: Werner F. Hahn - Experte für Neukundengewinnung

ebook
WERNER F. HAHN
NEU
222
Fragen, die Topp-20%-Verkäufer stellen
ebook
Autor: Werner F. Hahn - Experte für Neukundengewinnung

ebook
WERNER F. HAHN
Einfach und entspannt mehr Verkaufen
17 überzeugende Verkaufsstrategien, mit denen du deinen Umsatz raketenhaft steigerst
ebook
Autor: Werner F. Hahn Verkaufstrainer + Fachbuchautor

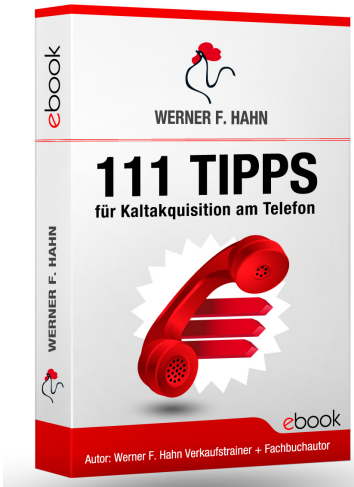

ebook
WERNER F. HAHN
NEU
5 Gründe,
warum Verkaufstrainings
nichts bringen
&
4+1 Maßnahmen,
die Ihre Verkäufer
sofort weiterbringen
ebook
Autor: Werner F. Hahn - Experte für Neukundengewinnung

ebook
WERNER F. HAHN
NEU
Scharf auf
Kaltakquisition
24 h
Fit in 24 Stunden
ebook
Autor: Werner F. Hahn - Experte für Neukundengewinnung


ebook
WERNER F. HAHN
Der Ratgeber für Ihr
nächstes nationales
Vertriebsmeeting
Wie Sie Ihr nächstes KICK-OFF planen,
veranstalten und davon maximal profitieren!
ebook
Autor: Werner F. Hahn Verkaufstrainer + Fachbuchautor

ebook
WERNER F. HAHN
NEU
22
Verkaufs-
Geheimnisse
ebook
Autor: Werner F. Hahn - Experte für Neukundengewinnung

ebook
WERNER F. HAHN
NEU
Checkliste
zur
Qualifizierung
von Verkäufern
ebook
Autor: Werner F. Hahn - Experte für Neukundengewinnung


ebook
WERNER F. HAHN
111 TIPPS
für Kaltakquisition am Telefon
ebook
Autor: Werner F. Hahn Verkaufstrainer + Fachbuchautor

Alle Bücher und eBooks zu bestellen unter:
http://www.amazon.de/-/e/B00CG4EMRK

Meine Extras

„Sales Vitamins – frische Vitamine für besseres Verkaufen" geht Woche für Woche an über viertausend Verkäufer. Gratis. Ich beantworte häufig gestellte Verkäufer-Fragen und liefere wertvolle Informationen rund ums Thema VERKAUFEN und gebe „ready-to-go-Tipps", die die Leser sofort im nächsten Kundengespräch umsetzen.

Für Führungskräfte (Geschäftsführer, Vertriebs- und Verkaufs-leiter, Teamleiter etc.) gebe ich das monatliche E-Mail-Magazin "So coachen Sie Ihre Verkäufer zu Topp-20%-Verkäufer" heraus.

Als weltweit erster Verkaufstrainer biete ich ein Trainings-programm für Verkäufer auf dem iPhone an: Teste dein verkäuferisches Wissen mit 55 Fragen und 220 Antworten im Multiple-Choice-Verfahren. Im App-Store unter Sales-Cards.

Premiere: "Sales-Cards"

Jetzt auf iPhone und iPod touch: Teste dein verkäuferisches Wissen,
55 Fragen und 220 Antworten im Multiple-Choice-Verfahren.
Bestellungen im App Store oder über iTunes mit Sucheingabe: Sales-Cards

Sprachversionen: Deutsch Russisch

Die Quadro-Transfersicherung

Wie schaffe ich es als Trainer, dass die erlernten Themen in der Zukunft nachhaltig umgesetzt werden? Wie erzeuge ich eine hohe Transfersicherung?

Dazu setze ich **Werners Quadro-Methode** ein:

Verkaufstraining (1) ***plus*** Training-on-the-job (2) ***plus*** Team5-Dialog® (3) ***plus*** Sales-Cards (4).

„Sales-Cards – das Spiel für mehr Wissen im Verkauf" sichert die erlernten Themen nachhaltig im Tagesgeschäft ab. Mit diesem 4-stufigen Erfolgspaket ist gewährleistet, dass die Mitarbeiter sich kontinuierlich verbessern. Vertriebsmitarbeiter erreichen mehr Termine, mehr Aufträge, sind in Preisgesprächen erfolgreicher und reduzieren die Anzahl der verloren gegangenen Aufträge.

Fazit: Sie haben mehr Erfolg! Und das willst du ja auch.

Treffen mit Werner F. Hahn:

Hier findest du 10 Wege, um mit mir in Verbindung zu treten:

E-Mail-Adresse: werner@wernerhahn.de

Internet: www.verkaufstrainer-hahn.de

Blog VERKAUFEN: www.wernerhahn.de

Blog KALTAKQUISITION: www.kaltakquisition.com

Shop: www.shop.wernerhahn.de

Twitter: https://twitter.com/WernerFHahn

Facebook: www.facebook.com/werner.f.hahn

XING: http://www.xing.com/profile/WernerF_Hahn

Edudip:
https://www.edudip.com/academy/Werner.Hahn

Google+: google.com/+VerkaufstrainerWernerFHahn

Literaturverzeichnis:

"Alle literarischen Werke sind Plagiate, ausgenommen das Erstwerk, das meistens unbekannt ist."
Jean Giraudoux

Haftungsausschluss: Der Autor übernimmt keinerlei Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der bereitgestellten Informationen in diesem eBook. Haftungsansprüche gegen den Autor, welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht werden, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern seitens des Autors kein nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.

Meine Angebote sind freibleibend und unverbindlich. Als Autor behalte ich mir es vor, Teile der Seiten oder das gesamte Angebot ohne gesonderte Ankündigung zu verändern, zu ergänzen, zu löschen oder die Veröffentlichung zeitweise oder endgültig einzustellen.