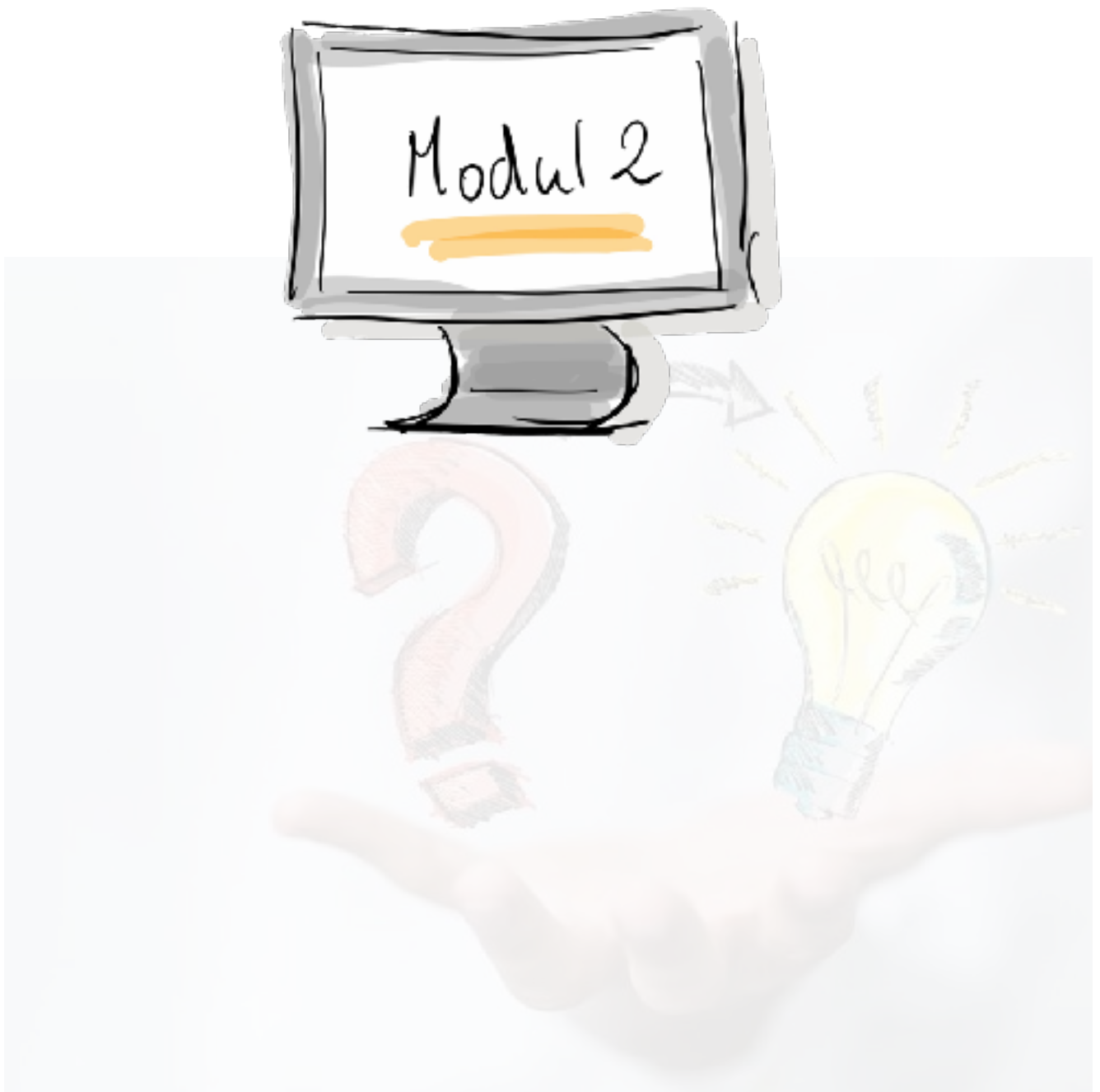


SEMINAR
EINWANDBEHANDLUNG



ÜBUNG MACHT DEN MEISTER UND NEUE GEWOHNHEITEN

Profis üben öfter! In meiner Welt hat Erfolg kaum etwas mit Glück oder Talent zu tun, sondern viel mehr etwas mit dem Entwickeln der richtigen Gewohnheiten.

Neue oder wirkungsvollere Gewohnheiten entwickeln sich am einfachsten über regelmäßiges Üben. Um Dich genau dabei zu unterstützen, bekommst Du heute von mir diese kleine Auffrischung der Seminarinhalte.

Sicherlich rufen Dir meine kleinen Anregungen wieder Erinnerungen ins Gehirn oder geben Dir kreative Ideen, die Du direkt umsetzen und anwenden willst. Möglicherweise hast Du aber auch Lust, bestimmte Impulse an andere Menschen weitergeben!

Dabei wünsche ich Dir viel Spaß!

A handwritten signature in black ink that reads "Andreas Biegel". The script is fluid and cursive, with a large initial 'A' and a stylized 'B'.



Wer zuerst argumentiert, der verliert!

EINWÄNDE ENTSTEHEN MEISTENS, WENN IM VORFELD FEHLER GEMACHT WURDEN

Natürlich gibt es „Ausnahmen“, aber meistens trifft der Kunde mit seinem Einwand die folgende Aussage: „Das von Dir angebotene Produkt, die von Dir angebotene Dienstleistung passen noch nicht perfekt zu mir!“

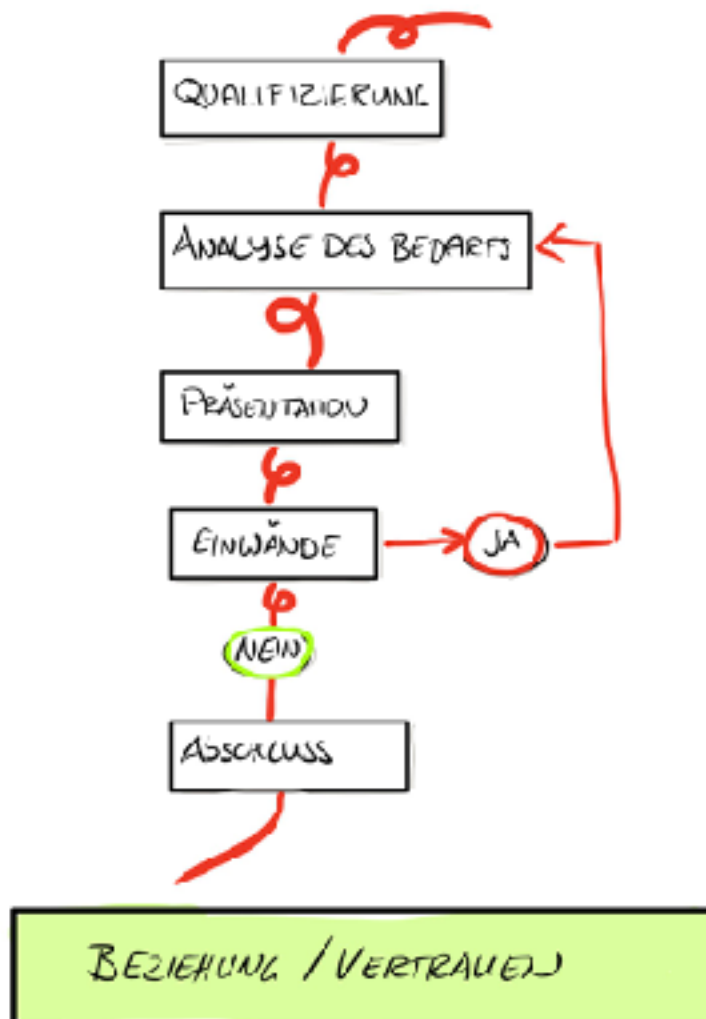
Ein Einwand bedeutet also meistens, dass Du das falsche Produkt oder die falsche Dienstleistung angeboten hast. Und dafür gibt es nur wenige Ursachen: Ungenaue **Analyse**, **Gedankenlesen** (zu glauben, man wüsste, was der Kunde braucht) und die falsche Wortwahl (was viel mit ungenauer Wahrnehmung zu tun hat).

Beim Verkaufsprozess entscheidet die Qualität Deiner Fragen maßgeblich über Deinen Erfolg.

VORTEILE EINES ROTEN FADENS

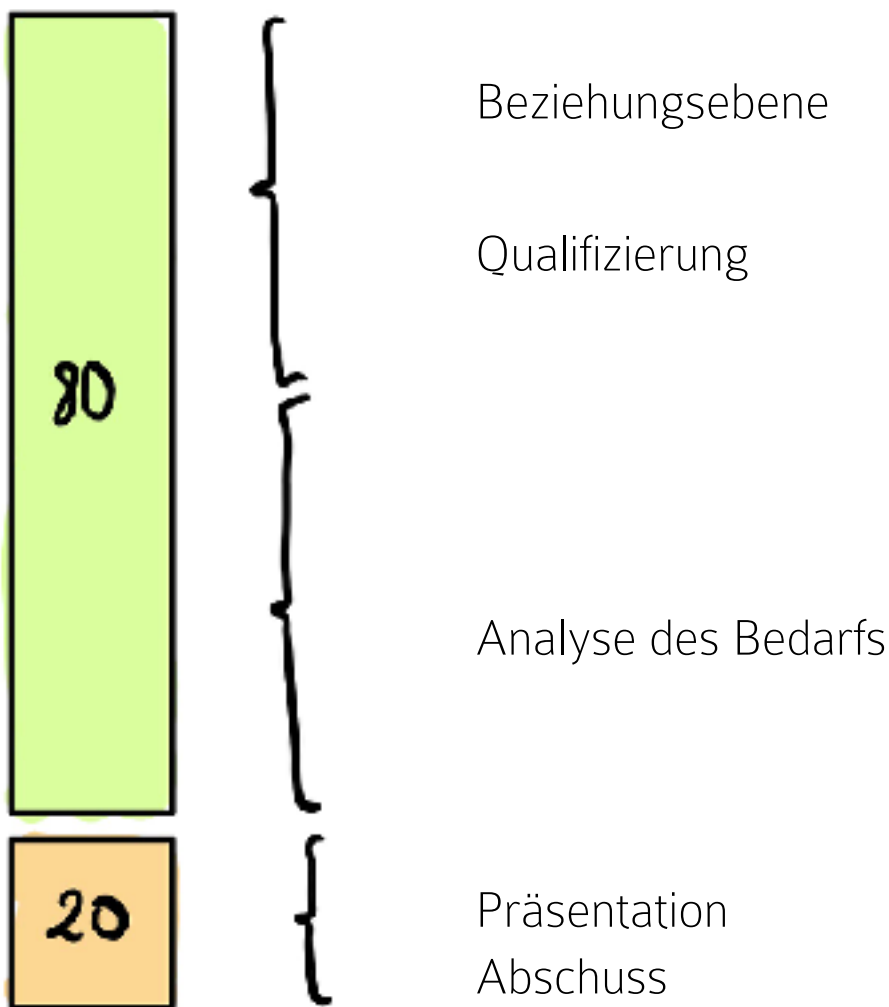
Wenn Du Dir Gedanken über einen roten Faden für Deinen Verkauf machst, hat das eine Reihe von wichtigen Vorteilen:

- Du bist auf den Kunden vorbereitet
- Du brauchst Dich nicht so sehr auf den Verkauf zu konzentrieren
- Du kannst Dich mehr auf den Kunden konzentrieren
- Du nimmst viel mehr wichtige Informationen wahr
- Du führst das Verkaufsgespräch und hilfst dem Kunden dadurch besser, eine Entscheidung zu treffen.

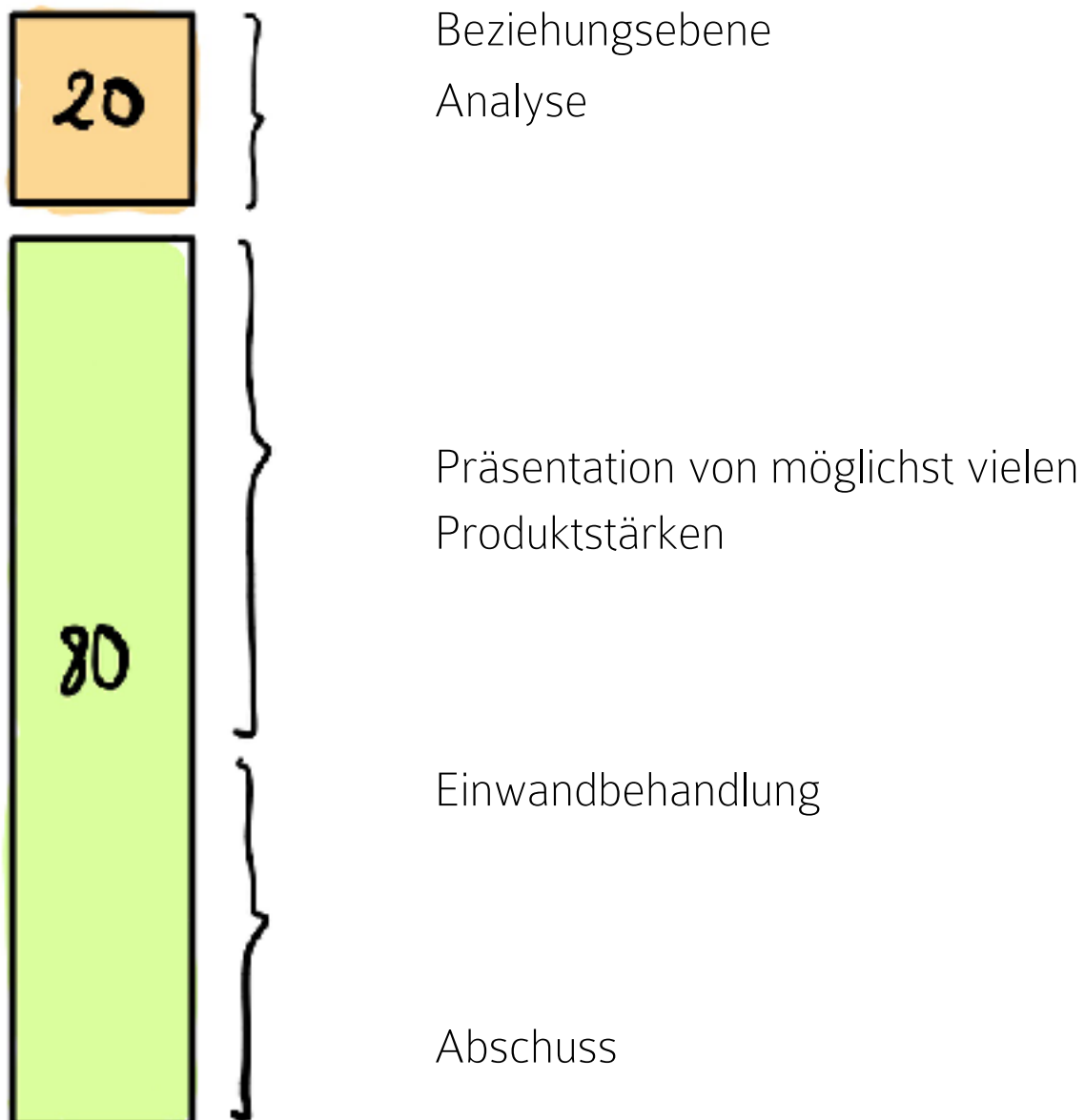


ZEITEINTEILUNG NACH PARETO

Welche Punkte im Roten Faden sind am wichtigsten und erzielen die meiste Wirkung? Wie würdest Du dann Deine Zeit einteilen? Heisst: für welche Punkte würdest Du mehr Zeit aufwenden, für welche weniger?



Leider sehe ich seit Jahren in Verkaufsgesprächen eine völlig andere Vorgehensweise:



ERWEITERE DEINEN ROTEN FADEN

Welche Fragen stellst Du um den Kunden zu qualifizieren?

Welche Fragen kannst Du zusätzlich in der Beziehungsphase stellen?

Welche Fragen stellst Du in Deiner Bedarfsanalyse? Welche Fragen solltest Du zusätzlich in die Analyse einbauen?

Was genau präsentierst Du in Deiner Präsentation?
