



# Kunden Finden - Kunden Binden

## Professionalität im Verkaufsgespräch

3. März 2016  
10:00 Uhr

Unternehmen wir es gemeinsam.

# 3 Themenschwerpunkte

## Grundlagen

Zielgruppe, Kunde, USP

AIDA

PPPP

Maslov

Small Talk

Elevator Pitch

## Verkauf

Kunden-Gewinnung

Systematik

Verkaufs-Gespräch

BBAA, AMA

Gesprächs-/Telefon-Leitfaden

Einwand - Vorwand

Verabschiedung

Fragen und weiterführendes

## und mehr

Netzwerke

Kommunikation

Social Media

Auftritt

Wert und Marktwert

Motivation

Diversity

# Ziel Gruppe

## Im B2C-Markt

- **Demographisch**
  - Alter, Geschlecht, Familienstand, ...
- **Sozioökonomisch**
  - Bildung, Einkommen, Beruf, ...
- **Psychographisch**
  - Einstellung, Motivation, Meinung, ...
- **Kaufverhalten**
  - Preis-Sensibilität, ...

## Im B2B-Markt

- **Organisatorisch**
  - Unternehmensgröße, Marktanteil, ...
- **Ökonomisch**
  - Liquidität, ...
- **Kaufverhalten**
  - Lieferantentreue, Innovationsfreudigkeit, ...
- **bei Entscheidern persönliche Merkmale**
  - Innovativ, Zeitdruck, ...

# So unterscheiden wir uns

## ■ Alleinstellungs-Merkmal

- „Herausragendes“ Leistungsmerkmal

## ■ POD

- Point Of Difference

## ■ USP

- Unique Selling Proposition
- Unique Selling Point

## ■ Fragen

- Ist mein USP einzigartig
- Was haben andere auch
- Was ist Standard
- Wie sieht der Kunde die Unterschiede
- Wie wichtig sind dem Kunden die Unterschiede

## ■ Aus Kundensicht

- Im Nutzen, nicht im Merkmal liegt die Chance

# PPPP - Die 4 P

## ■ **P** Pride

- Stolz, Image, Bewunderung

## ■ **P** Profit

- Profit, Wohlstand, Geld-Gewinn, Zeit-Gewinn

## ■ **P** Pleasure

- Freude, Spass, Genuss, Vergnügen

## ■ **P** Peace

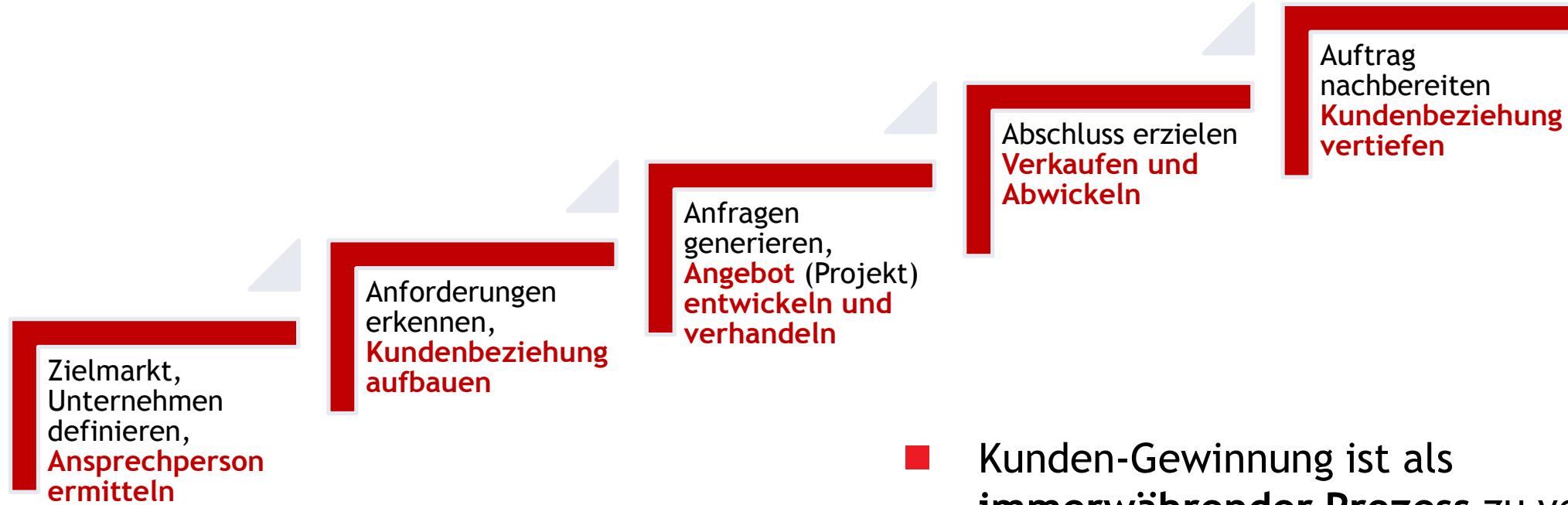
- Ruhe, Zufriedenheit, Sicherheit

Welches dieser vier Grundbedürfnisse Vorrang hat ist sowohl

- Zielgruppen-abhängig
- als auch
- von der Situation abhängig!

*Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Fischer*

# Kunden-Gewinnung



- Kunden-Gewinnung ist als **immerwährender Prozess** zu verstehen
- Durch dieses systematische Vorgehen entstehen aus **Kunden → Stamm-Kunden**

# Verkaufsgespräch - BBAA-Methodik

Beachten & Kontakt - Bedarfs-Analyse - Angebot - Abschluss



- Vorbereitungs-Phase
  - Vor dem Kunden-Gespräch!
- Gesprächs-Eröffnung • BBAA
  - SmallTalk, Elevator-Pitch
- Informations-Phase • BBAA
  - Fragen stellen, zuhören
- Präsentations-Phase • BBAA
  - AIDA, USP
- Abschluss, Verkauf • BBA A
  - Auch Lieferung, Nachbereitung

# BBAA - Methodik

---

## ■ Beachtung und Kontakt

- Mit Small-Talk:  
Bedürfnisse erheben
- Im Elevator-Pitch:  
Nutzen aufzeigen

# BBAA - Methodik

## ■ Beachtung und Kontakt

- Mit Small-Talk:  
Bedürfnisse erheben
- Im Elevator-Pitch:  
Nutzen aufzeigen

## ■ Bedarfsanalyse

- Offene W-Fragen stellen:
  - Was, Wer, Wo, Wann, Wie, Warum, ...
- Alternativ-Fragen stellen:
  - keine Ja/Nein-Fragen!

## ■ Beachtung und Kontakt

- Mit Small-Talk:  
Bedürfnisse erheben
- Im Elevator-Pitch:  
Nutzen aufzeigen

## ■ Bedarfsanalyse

- Offene W-Fragen stellen:
  - Was, Wer, Wo, Wann, Wie, Warum, ...
- Alternativ-Fragen stellen:
  - keine Ja/Nein-Fragen!

## ■ Angebot

- Konkrete Produkte
- Finanzierungs-Möglichkeiten
- Konkrete Informationen

## ■ Beachtung und Kontakt

- Mit Small-Talk:  
Bedürfnisse erheben
- Im Elevator-Pitch:  
Nutzen aufzeigen

## ■ Bedarfsanalyse

- Offene W-Fragen stellen:
  - Was, Wer, Wo, Wann, Wie, Warum, ...
- Alternativ-Fragen stellen:
  - keine Ja/Nein-Fragen!

## ■ Angebot

- Konkrete Produkte
- Finanzierungs-Möglichkeiten
- Konkrete Informationen

## ■ Abschluss

- Kauf-Signale beachten!
- Nutzen zusammenfassen
- Weitere Schritte vorschlagen
- Einverständnis einholen

# Einwand - Vorwand - Behandlung

## ■ Einwand - ich will, habe noch Bedenken

- **Ist verhandelbar!**
- Klares Kaufsignal
- Bedenken hinterfragen

## ■ Vorwand - ich will nicht, möchte es nicht direkt sagen

- **Ist NICHT verhandelbar!**
- Es passt etwas (z.B. am sekundären Nutzen) nicht
- „Verabschiedung“ ... manchmal ist es besser einfach zu gehen

# Erfolgsfaktoren

## ■ Erfolgreich Netzwerken

- Welche Netzwerke
- Vorbereitungen auf Netzwerktreffen

## ■ Erfolgreiche Kommunikation

- Was sage ich, ... und wie
- Richtig telefonieren
- Authentizität

## ■ Erfolgreiche Präsentationstechnik

- Brief - Mail - Folder - Präsentation
- Visuelle - Akustische - Kinästhetische Zugänge

## ■ Diversity & Co

- Migrationsgruppen - kulturelle Unterschiede
- (Corporate) Social Responsibility...

# Abschluss-Tipps

**E** **einfach**

- Gesagtes ist sofort klar

**R** **relevant**

- Es ist wichtig für Kunde

**F** **freundlich**

- Positive Worte, Sätze

**O** **originell**

- Neue Aspekte

**L** **leicht verständlich**

- In Kunden-Sprache

**G** **glaubwürdig**

- Authentisch bleiben

Beachten Sie vor Allem

- Verbale und nonverbale Kaufsignale

# Viel Erfolg!

„Denke wie ein Weiser, aber kommuniziere in der Sprache des Volkes.“

(William Butler Yeats 1865-1939, irischer Poet)

- Weiterführende Workshops
- Auf Ihr Unternehmen ausgerichtete Coachings
- Experten für Ihren Erfolg
- Dies und vieles mehr bietet die Wirtschaftskammer

Nicht zögern - gleich Fragen - es geht um Ihren Erfolg!



**Dr. Kasia Greco**  
0664 5048971  
[kasia.greco@kgkg.at](mailto:kasia.greco@kgkg.at)  
[www.kgkg.at](http://www.kgkg.at)



**Ing. Karin Gerbrich**  
0676 6920430  
[karin.gerbrich@kgkg.at](mailto:karin.gerbrich@kgkg.at)  
[www.kgkg.at](http://www.kgkg.at)