



Coachingbrief für Umgangsformen und Erfolg im Vertrieb von Clemens Adam

Inhalt 01/2010

So gewinnen Sie neue Kunden!

3 Geheimnisse des neuen Knigge

Extra-Tipp

Achten Sie einmal darauf, wie Sie auf die verschiedensten Meldungen zum Thema „Krise“, in Zeitungen oder Fernsehen reagieren.

Fühlen Sie sich schlecht, dann suchen Sie den positiven Aspekt an der Meldung!

Beispiel:

Umsatzeinbruch im Weiterbildungsbereich, Unternehmen sparen jetzt an jeder Ecke.

Lösung:

Klasse, jetzt kann ich als Trainer zeigen, was in mir steckt. Die Guten überleben.

Umgangsformen, meine Damen und Herren, sind gerade im Vertrieb so angesagt wie nie.

So achtete der Verkäufer in den letzten Jahren hauptsächlich darauf, den Kunden Ware zu verkaufen. Doch der Kunde, achtet jetzt beim Kauf darauf, dass er den Wert, die Emotion und das Vertrauen und die Sicherheit erkennt.

Um sich vom Wettbewerb abzuheben, spielen die guten Umgangsformen heute erneut eine kaufentscheidende Rolle.

In einer Studie wurde ermittelt, dass 40 % der Kaufentscheidung des Kunden, vom Vertrauen und der Beziehung zwischen Verkäufer und Kunde abhängt.

Immer wieder werden wir als Trainer gefragt, welche Faktoren einen guten Verkäufer ausmachen.

Wir behaupten, es sind drei Faktoren:

1. Das Wissen - über das Produkt
2. Das Können - welches man durch Üben erreicht
3. Die Einstellung - die entscheidend ist.

Denn was nutzt es einem Verkäufer, der alles über sein Produkt weiß, es verkaufen könnte, wenn er es nicht will, oder aber Angst davor hat, zu versagen.

Hier liegt das größte Potential, bei den Mitarbeitern, im Verkauf verborgen. Oft sind es nur kleine Fertigkeiten, die das Potential freisetzen. Es gilt diese zu erkennen und zu fördern.

Wie sagte schon Erich Kästner?

Es gibt nichts Gutes, außer man tut es.

Also: Tun Sie was für Ihren Erfolg.

ADAM TRAINING
Einfacher Lernen - Schwerer Vergessen!

Clemens Adam Bahnhofstraße 21
63579 Freigericht. Tel. 06055-5449

www.ADAM-TRAINING.de



Wer erfolgreich sein will - muss vorne weg laufen!

Schwerpunktthema

So gewinnen Sie jetzt neue Kunden!

Entdecken Sie hier, wie aktive Akquise funktioniert:

2010 sind angesichts, der in allen Medien beschriebenen „Krise“, massive Einsparungen gerade im Bereich der Werbung sichtbar. Immer mehr Zeitungsverleger melden Insolvenz an, da die Anzeigenkunden wegbleiben. Dabei sollte man gerade in „Krisenzeiten“, mehr Geld in die Werbung investieren, da nun viele andere an der Werbung sparen. Denn, je weniger Anzeigen erscheinen, desto mehr werden diese vom Leser wahrgenommen.

Investieren Sie jetzt in Akquise, denn „keinen Auftrag haben Sie ja schon!“

Anzeigen:

Schlagen Sie eine Zeitung auf und schauen Sie sich die Anzeigen an. Sprechen die gemachten Aussagen Sie an?

Stellen Sie sich einmal die Frage, was habe ich davon?

Wird diese Frage in der Anzeige beantwortet, dann wirkt Sie - wenn nicht, ist der Interessenwecker und die Botschaft nicht aussagekräftig. Oft sagen wir, was unser Produkt ist oder kann. Den Kunden interessiert aber, was er davon hat.

Ein weiser Mann sagte einmal:
Erzählt den Kunden nicht, wie toll Euer Produkt ist, sondern wie toll Euer Produkt ihn macht.

Wer heute die klassische Visitenkarte als Werbeanzeige drucken lässt, braucht sich nicht zu wundern, dass er keine Anfragen erhält. Sie müssen dem Kunden seinen Nutzen aufzeigen, den er daraus zieht. Schauen Sie ganz genau, welche Medien Ihre Zielgruppen nutzen und werben Sie dort.

Hinterfragen Sie jede Anzeige nach dem Erscheinen, ob Sie die gewünschte Wirkung hatte, wenn nicht, ändern Sie den Inhalt.

Brief und Mailing:

Beim Brief oder E-Mail ist es, wie mit dem ersten Eindruck. Die ersten zwei Zeilen entscheiden, ob man weiterliest oder nicht.

Dabei kommt es auf den Stil an, wie man schreibt. Jeder von uns hat irgendwann gelernt, wie ein Brief aussehen sollte.

Dank Internet und modernem Schreibstil, aber auch auf Grund der Rechtschreibreformen, wird immer weniger Wert auf die entscheidenden Kleinigkeiten gelegt. Dieser erste Eindruck über Sie und Ihr Unternehmen, ist daher, bei falschem Stil, nicht unbedingt positiv. Aber gerade das fällt einem Kunden auf.

Lesen Sie E-Mails etwas genauer. Wie häufig erhalten Sie E-Mails, in denen alles klein geschrieben ist. Ein absoluter Fehlschlag.

Aber auch die Formulierungen entsprechen oft einem Internetsprachgebrauch, der einem anständigen Schreibstil nicht angemessen ist.

Ein unbedingtes MUSS ist hingegen, jeden Brief und jedes Mailing auch zu verfolgen. Wie oft wird Post versandt und keiner fragt, ob der Kunden die Nachricht erhalten hat.

Akquise Extra-Tipp 1
Machen Sie sich noch heute daran, interessante Werbung zu gestalten. Nehmen Sie sich, falls Sie keine eigene Werbeabteilung haben, Experten auf diesen Gebiet. Vor allem, fragen Sie Ihre Kunden, wie Werbung für Ihr Produkt aussehen sollte, damit Sie diese als ansprechend empfinden.

Akquise Extra-Tipp 2
Jede Anzeige und Mailingaktion funktioniert nur, wenn Sie Ihre Zielgruppe hinterher anrufen und fragen, ob Ihre Nachricht angekommen ist. Oft hat die Sekretärin vorsortiert und entsorgt.

Akquise Extra-Tipp 3
Rufen Sie mal einen ehemaligen Stammkunden an und fragen ihn, warum er nicht mehr bei Ihnen kauft. Evtl. hat er Ihre Kontaktdaten auf Grund von Softwareumstellung nicht mehr zur Hand.

Einer meiner Trainingsteilnehmer hat dadurch, am gleichen Tag, an dem er den Tipp erhalten hat, 35.000 Euro mehr Umsatz gemacht.

Wenn Sie glauben permanente Weiterbildung sei teuer, dann versuchen Sie es doch mal mit Inkompetenz. (Winston Churchill)



Wer Kunden gewinnen will - muss aktiv werden!

Schwerpunktthema

So gewinnen Sie jetzt neue Kunden! Teil 2

Akquise Extra-Tipp 4

Nicht darüber reden, was andere machen und wie toll es bei denen funktioniert, selbst aktiv werden.

Nur wer selbst aktiv wird, setzt Akzente über die geredet werden.

Alles was keine Emotion auslöst ist für unser Gehirn nicht interessant und wird nicht wahrgenommen.

Was könnte bei Ihnen als Auslöser von Emotionen bei Ihren Kunden dienen?

Akquise Extra-Tipp 5

Stellen Sie sich täglich die Frage, was macht mich einmalig und freuen Sie sich darüber. Zeigen Sie Ihre Freude und kommunizieren Sie diese nach Außen.

Schulen Sie Ihre Mitarbeiter auf den Nutzen Ihrer Produkte für die Kunden. Sie werden sehen, Ihre Mitarbeiter identifizieren sich stärker mit Ihrem Unternehmen.

Nutzen Sie das Empfehlungsgeschäft:

Sicher wurden Sie auch schon zur einen oder anderen Netzwerkveranstaltung eingeladen und hatten hinterher das Gefühl, dass Ihnen dieses Treffen kaum etwas gebracht hat. Oft entscheidet man sich dann, nicht wieder zum gleichen Veranstalter zu gehen. Und genau hier ist der Hase begraben. Nur Kontinuität bringt Erfolge. Bei Netzwerktreffen versuchen 90 % der Teilnehmer zu erst Ihr Produkt an den Mann zu bringen, oder vorzustellen. Aus meiner Erfahrung entwickelt sich erst nach mehrmaligem Besuch ein Verhältnis zwischen den Teilnehmern, das dazu führt, sich gegenseitig zu empfehlen.

Kontakt aufbauen:

Ich werde oft gefragt, was man denn tun könnte, wenn man nicht so ein extrovertierter Mensch sei und nicht einfach so Menschen ansprechen könne.

Mein Tipp: Machen Sie sich vorher Gedanken, über was man mit den Menschen reden kann, die anwesend sind. Wo kommen diese her und wer sind sie. Was machen jene beruflich. Wo war man in Urlaub. Welche Musik hört man gerne. Welche Hobbys habe ich und welche könnten mich interessieren. Am einfachsten Fragen und zuhören - statt Erzählen.

Nur zu knapp 20% kann sich unser Gesprächspartner merken, was wir ihm erzählen. 30 % wenn wir es ihm lesen lassen oder zeigen und 50 % wenn wir beides tun. Wenn wir über einen gewissen Zeitraum und der regelmäßigen Kommunikation ein Gefühl dafür entwickeln, bleiben dann schon 70 % hängen. Wenn Sie es schaffen, oder es sich ergibt, dass Ihr Gesprächspartner Ihnen dann auch noch einen Auftrag erteilt, dann ist er schon zu 90 % davon überzeugt. Kommt dann noch Vertrauen und Zufriedenheit dazu, dann empfiehlt er Sie zu 100 % auch seinen Bekannten, Freunden und Geschäftspartnern.

Empfehlen und Geld verdienen! „Affiliate“

Haben Sie schon mal darüber nachgedacht, wie Sie gegenseitige Empfehlungen aktiv nutzen können? Affiliate-Systeme (engl. *affiliate* „angliedern“) ist eine Vertriebslösung, bei der meistens ein kommerzieller Anbieter seine Vertriebspartner erfolgsorientiert durch eine Provision vergütet. Der Produkthanbieter stellt hierbei seine Werbemittel zur Verfügung, die der Affiliate auf seinen Internetseiten oder Katalogen zur Bewerbung der Angebote des Kooperationspartners verwenden, oder über andere Kanäle (z. B. E-Mail-Marketing) einsetzen kann. Natürlich geht auch eine Mund zu Mund Empfehlung – hier sollte aber vor herausgabe der Empfehlung eine klare Provisionsreglung erfolgen. Mit Affiliate-Marketing-Systemen im Online-Kooperationsmanagement vermarkten Firmen also ihre Produkte und Dienstleistungen durch Empfehlung z.B. Verlinkung auf Partner-Webseiten. Nur bei tatsächlichem Umsatz oder messbarem Erfolg werden Provisionen bezahlt. Mehr dazu unter:

<http://de.wikipedia.org/wiki/Affiliate>



Schwerpunktthema KNIGGE

Haben Sie schon einmal gehört, dass jemand wegen guten Benehmens und Höflichkeit Nachteile hatte? Im Gegenteil: wer gewisse Regeln in der Gesellschaft beherrscht, wirkt sympathisch und kommt gut an. Das gilt gleichermaßen für den Beruf und das Privatleben. Menschen, die sich einen peinlichen Auftritt nach dem anderen leisten, die sich bei Tisch nicht benehmen können und andere bloßstellen, werden gemieden oder treffen nur ihres gleichen – ist das Lebensqualität?

Etikette und gutes Benehmen sind heute aktueller denn je. Nachdem die hilfreichen Regeln des Freiherrn von Knigge eine Zeitlang sehr in Vergessenheit geraten sind – finden sich heute wieder immer mehr Menschen hilf- und orientierungslos, wenn sie sich in der Gesellschaft bewegen.

Zur Zeit reformiert der deutsche Knigge-Rat die Inhalte und passt diese den Anforderungen moderner Wirtschaft und Umgangsformen an.

3 wichtige Neuerungen:

1 Die Visitenkarte wird nicht gleich überreicht. Dies ist zu einer Unsitte bei vielen Netzwerk-Veranstaltungen geworden. Heute wartet man, bis man vom Gegenüber aufgefordert wird, die Karte zu überreichen, denn dann signalisiert unser Gegenüber, Interesse an der Kontaktaufnahme.

2 Die Dame bekommt nicht mehr den Mantel gereicht. Emanzipierte Frauen, wollen genau so behandelt werden, wie Männer, ergo hat der Knigge-Rat beschlossen, dass dies entfallen kann.

3 Krawattenklammern und „Ton in Ton“ Krawatten sind ebenso wie ein blaues Hemd mit weißem Kragen nicht mehr im Knigge Stil. Wer heute die Aufmerksamkeit seines gegenüber auf sich ziehen möchte, der sollte eine typgerechte Krawatte tragen, welche die Aufmerksamkeit auf das Gesicht zieht.

*Motivierte Mitarbeiter -
Spaß an der Arbeit -
Zufriedene Kunden!*



Clemens Adam
Bahnhofstraße 21 Neuses
63579 Freigericht
Tel.: 06055/5449
Fax: 06055/9337716
Mobil: 0151/22653333
www.ADAM-TRAINING.de
info@ADAM-TRAINING.de

Termine 2010

- Schnupper-Training am 22. Februar oder 8. März in unseren Seminarräumen.
~ erleben Sie ein Training mit Clemens Adam live ~
- unser zertifiziertes 11 Tage Intervall Verkaufstraining startet am 9. April bis 23. Juli 2010
in Alzenau bei unserem Partner cahrs.training
~ sichern Sie sich jetzt Ihre Teilnahme und machen
Sie sofort messbar mehr Umsatz ~

Öffentliche Vorträge:

- 10. Februar in Freiburg
Mike Classen – Mitarbeiterführung auf den Punkt gebracht
Clemens Adam – innere, äußere und typgerechte Kommunikation
- 2. Juni Business Forum 2010 in Langenselbold
Clemens Adam – erfolgreiches Kontaktmanagement
Prof. Dr. Lothar Seiwert – Life-Leadership: „Wenn du es eilig hast, gehe langsam“
Peter Kürsteiner – Innovation – Ideen auf Knopfdruck
Michael Rossie – authentische Rhetorik und Körpersprache für Führungskräfte
- im Mai 2010 Marketing Workshop zu USP und wirksame Sätze die Verkaufen



Ich möchte mehr über Ihre Seminare, Vorträge und Workshops erfahren, bitte kontaktieren Sie mich.



Ich möchte Sie einem Freund, Partner, Kunden, oder Kollegen empfehlen und meine Affiliate-Konditionen anfordern.

Name:

PLZ/Ort:

Vorname:

Tel.:

Firma:

Fax:

Straße:

E-Mail:

