

## Der Verkaufsstufenplan

---

1. Der erste Kontakt
  - telefonisch
  - direkt
  - Werbung
  
2. Das persönliche Kennenlernen
  
3. Der Bedarf
  - ermitteln
  - wecken
  
4. Der Leistungsbeweis
  - präsentieren
  - demonstrieren
  
5. Das kaufmännische Angebot
  
6. Der Vertragsabschluß
  
7. Das Einhalten der Versprechen

## Marketingansatz

---

Bis Ende der 80er

### Die 4 P's

- Price (Preis)
- Promotion (Vermarktung)
- Product (Produkt)
- Placement (Platzierung)

### *Jetzt*

### Die 4 C's

- Customer needs (Kundenbedürfnisse)
- Costs to satisfy the needs (Kosten zur Befriedigung der Bedürfnisse)
- Confidence to buy (Kaufanreize schaffen)
- Communication (Kommunikation)

= Kundenorientierung und Individualität

## Sieben gute Gründe Fragen zu stellen:

---

1. Sie bekommen wichtige Informationen über die Situation des Kunden, seine Probleme, seine Wünsche, sein Wissen, seine Meinungen. Ohne diese Informationen können Sie kein interesselockendes Angebot machen.
2. Sie binden die Aufmerksamkeit des Kunden. Ihre Fragen geben dem Kunden Gelegenheit zu sprechen. Und wer fühlt sich nicht wohl, wenn jemand sich für seine Situation verständnisvoll interessiert?
3. Sie veranlassen den Kunden zum Nachdenken. Das Gespräch verläuft auf einer rationalen, informativen Ebene.
4. Sie bestimmen das Gesprächsthema: "Wer fragt, der führt" heißt eine bekannte Vorgehensweise im Verkauf. Ihre Fragen zwingen den Kunden sich zu Fragen zu äußern, die Sie für notwendig halten.
5. Sie verschaffen sich Zeit zum Überlegen. Während der Kunde die Antwort auf Ihre Frage sucht, können Sie Ihre Taktik korrigieren, das nächste Angebot auswählen, die Motive des Kunden analysieren usw.
6. Sie verringern die Gefahr am Kunden vorbei zu reden.
7. Stimmlage, Sprechrhythmus, Mimik, Gestik, verraten Unausgesprochenes und geben Ihnen die Chance darauf einzugehen.

## Kein Abschlusserfolg, weil ich nicht weiß, ...

---

- **wer entscheidet.**

**Die Freude, dass sich endlich mal jemand für mein Produkt bzw. meine Dienstleistung interessiert, lässt mich vergessen, die Entscheidungswege zu erfragen.**

- **wie der Interessent mir als Verkäufer gegenüber eingestellt ist.**

Verkaufen ist ja leider auch bei vielen Verkäufern selbst ehrenrührig. Wenn ich diese Einstellung verinnerlicht habe, wird es mir auch nicht gelingen, den Gegenüber positiv zu beeinflussen. Wie sehe ich aus, wie meine Unterlagen, Arbeitsmaterialien, Präsentationsunterlagen?

- **wie der Interessent unserem Unternehmen gegenüber steht.**

Was weiß er Positives über uns? Wie habe ich ihn vorbereitet, welchen Nutzen mein Besuch (das Produkt) ihm bietet.

- **wie die Persönlichkeitsstruktur meines Partners ist.**

Habe ich alle Möglichkeiten genutzt, mich vor meinem Besuch oder nach den bisherigen Eindrücken ein tolerantes Bild meines Entscheiders zu machen und darauf zu reagieren

- **wie der konkrete Bedarf des Kunden aussieht.**

Entweder habe ich nicht interessiert genug gefragt oder nicht aufmerksam zugehört, was für den Kunden wichtig ist. Oder habe ich zuwenig Produkt- und Nutzenkenntnis, daß ich nur höre, was er sagt ohne zu verstehen?

- **was ich dem Kunden präsentieren / demonstrieren soll.**

Eine tragische Folge meiner nachlässigen Bedarfsermittlung. Oder im nächsten Schritt die Selbstüberschätzung in der Standard-Präsentation.

- **welche Alternative der Kunde zu meiner Lösung hat.**

Es hat mich nicht so sehr interessiert, sonst hätte ich gefragt!

- **welchen Preis der Kunde für meine Lösung akzeptiert.**

Wenn ich also nicht sorgfältig den Bedarf ermittelt habe, nachlässig präsentiert habe, so muss ich mich nicht wundern, wenn ich ausschließlich über den Preis mit meinen Wettbewerbern verglichen werde!

- **welche Vertragsdetails für den Kunden akzeptabel sind.**

Ich habe erst einmal viel Zeit und Arbeit investiert ohne vorher herauszufinden, zu welchen Bedingungen beide Seiten das Gewinner-Gewinner-Spiel spielen wollen und können.

**Kontakt:**

Vertriebsschmiede GmbH  
Training - Vertriebsberatung - Personalberatung  
Christopher Holtz

Bramfelder Straße 97 - 22305 Hamburg  
Telefon +494046856270  
mobil +49 171-631 89 08

[www.vertriebsschmiede.de](http://www.vertriebsschmiede.de)  
[holtz@vertriebsschmiede.de](mailto:holtz@vertriebsschmiede.de)