

Vertrieb

DAS EXPERTEN-TEAM:



BERATUNGSBRIEF

Alexander Christiani

Mercuri-Chief Holger Dannenberg

Prof. Dr. Peter Winkelmann

Martin Limbeck

Michael Ehlers

Anne M. Schüller

Dirk Kreuter

Martina Schimmel-Schloo

AUSGABE 6/2008 – JULI

www.Vertriebs-Experts.de

Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe Juli 2008

Holen Sie sich Ihre Vertriebsexperten ins Haus

Alexander Christiani, Mercuri-Chief Holger Dannenberg, Prof. Dr. Peter Winkelmann, Michael Ehlers, Anne M. Müller, Dirk Kreuter und Martina Schimmel-Schloo

Der innovative Fachinformationsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen



Testen Sie jetzt im 2-Monats-Abo

www.Vertriebs-Experts.de



Internationaler Deutscher Trainings-Preis 2008 – Teil 3:

„Silber“ für coach dogs aus Lich

Einmal im Jahr zeichnet der Berufsverband der Verkaufsförderer und Trainer die besten Konzepte aus. Insgesamt wurden auf der Bildungsmesse „didacta 2008“ in Stuttgart siebenmal Bronze, fünfmal Silber und viermal Gold verliehen. Die Goldgewinner stellten wir in den vorangegangenen Ausgaben vor. Nun sind zwei mit Silber ausgezeichnete Konzepte Thema.

Coach dogs bietet Kommunikations- und Führungstrainings sowie Einzelcoaching an, bei denen Hunde als Kotrainer eingesetzt werden. Die Trainings bietet coach dogs sowohl offen für interessierte Personen aus unterschiedlichen Unternehmen an als auch als Inhouse-Trainingsmaßnahme für Teams eines Unternehmens. Das Einzelcoaching kann im Prinzip überall angeboten werden. Die Umgebung sollte stimmen, sodass auch draußen mit dem Hund gearbeitet werden kann. Gegebenenfalls kann man auch komplett draußen arbeiten und coachen. Da sind die Kundenwünsche entscheidend.

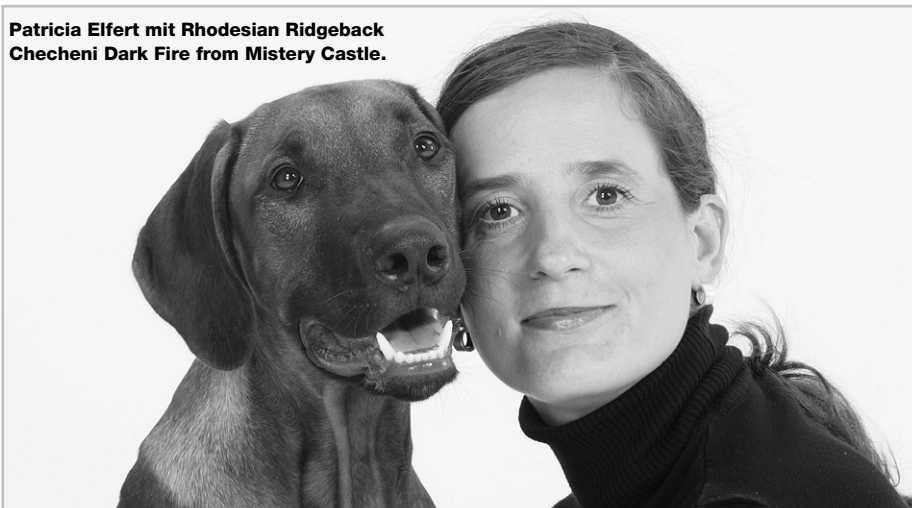
Der große Unterschied zu anderen Trainingsmaßnahmen im Bereich Kommunikation, Führung und Teambuilding ist bei coach dogs:

Es gibt keine Rollenspiele! Der Hund ist authentischer Sparringspartner für sofortiges Feedback. Es muss niemand in eine Rolle schlüpfen. Daher besteht keine Gefahr der Verfälschung einer Situation. Das eigene Verhalten wird direkt gespiegelt. Da gibt's keine Schlupflöcher. Und im Vergleich zu Trainingsmaßnahmen mit Pferden kann man den Hund überall mit hinnehmen. Trainings und Coachings können direkt im Unternehmen im realen Umfeld stattfinden.

Was können Menschen von Hunden lernen?

- Die Wichtigkeit aller Ausdrucksformen, die wir haben, zu erkennen: Hunde sensibilisieren Menschen für die kleinen Signale, die zusätzlich zu Worten ausgesendet werden. Missachtet man diese im Umgang mit **Fortsetzung auf Seite 3**

Patricia Elfert mit Rhodesian Ridgeback
Checheni Dark Fire from Mistery Castle.



INHALT

● TOP-THEMA

Internationaler Deutscher Trainings-Preis 2008 – Teil 3:

„Silber“ für coach dogs aus Lich

Seite 1

● AKTUELL

Motivation:

Der Fischmarkt als Vorbild

Seite 2

● PRAXIS

Messbar mehr Verkaufserfolg

Wie Verkaufstrainer zum Erfolg ihrer Kunden beitragen

Seite 4

● PRAXIS

Kennzahlen im Empfehlungsmarketing

Wie Sie das Empfehlungsmarketing steuern und messbar machen

Seite 6

● LÖSUNGEN

Kundenorientierung

Den kostenlosen Service gibt es nicht!

Seite 8

● LÖSUNGEN

Professionelle Selbstvermarktung

Durch den „Ich-Vertrieb“ zu mehr Aufträgen

Seite 10

● LÖSUNGEN

Trendstudie: Silberne Revolution

Wie ein Megatrend Alter, Wirtschaft und Gesellschaft verändert

Seite 11

● BUCHTIPP

Wie man Kunden gewinnt

Seite 12

● LETZTE SEITE

Schlagfertigkeit

Zurückschlagen ist toll

Seite 13

Fortsetzung von Seite 1

Hunden (bei sich selbst und/oder beim Hund), hat man schon verloren.

- **Geduld:** Ich kann nichts, wirklich gar nichts mit Druck erreichen. Das Verstehen einer Situation, des Gegenübers ist immer der erste Schritt. Und darauf die passende Reaktion. Druck führt immer zu Gegendruck.
- **Konsequenz:** Hunde können mit „heute so, morgen anders“ nichts anfangen. Akzeptiert wird, wer klare verständliche Regeln vorgibt und Sicherheit vermittelt. Das ist bei Menschen nicht anders.
- **Die Bedeutung vertrauensvoller Führung:** Das Coach-Dogs-Team sagt immer: „Gute Führung ist eine strikte konsequente Führung, aber im richtigen Moment 'fünf gerade sein' lassen.“ Geben und Nehmen verstehen. Und darauf aufbauend das Potenzial von Mitarbeitern viel besser nutzen können.

Wie kam es zu der Idee?

Durch die eigene Erfahrung von Patricia Elfert als Rudelchefin eines Zwölfpfotenrudels: „Es begann mit einem Hund, einem kleinen Patterdale-Terrier. Man bekommt den ersten Hund und möchte natürlich alles richtig machen. Man kauft Bücher und liest und stellt fest, dass dann doch alles anders ist und vor allem – dass es keine Patentrezepte gibt. Keine Standardlösungen für den Umgang mit einem Individuum.

Also Hundeschule, Training, Hundesport. Und Tag für Tag etwas Neues gelernt. Funny, unser erster Hund, ist nun fast vier Jahre alt und ein wunderbares treues Mädchen. Wir sind ein unzertrennliches Team. Dann bekamen wir Guinness, den zweiten Patterdale-Terrier. Und dachten: Nun, das wird ja jetzt ganz einfach. Wir haben ja schon viel gelernt. Weit gefehlt. Guinness lernt ganz anders als Funny, hat eine ganz andere Persönlichkeit. Da haben wir wieder gelernt.

<http://www.coach-dogs.com/>

„Silber“ für Reinke-Rhetorik aus Mönchengladbach

Bei meinem prämierten Schulungskonzept handelt es sich um professionelle Telefontrainings zur Neukundengewinnung. Nun sind Telefontrainings ja an sich nichts Neues. Was ist das Besondere dieses Konzepts? Die meisten Verkaufstrainings setzen am Point of Sale an, wenn der Verkäufer dem Kunden gegenüber sitzt. Dabei werden dann Punkte behandelt wie Körpersprache, Präsentationstechnik, professionelle Gesprächsführung, Frage- und Zuhörtechnik usw. Natürlich sind diese Punkte alle wichtig und es ist sinnvoll, die Verkäufer in diesen Bereichen regelmäßig zu trainieren. Da jedoch die meisten Verkaufstrainings genau diese Themen intensiv trainieren, haben es viele Verkäufer hier auch zu einer gewissen Fertigkeit gebracht.

Erstgespräche ausmachen

Das Hauptproblem ist jedoch für viele Verkäufer, erst einmal einen potenziellen Neukunden zu einem solchen Erstgespräch zu bewegen. Der Engpassfaktor Nr. 1 im Verkauf ist es, genügend Termine bei Neukunden zu erhalten, damit am Ende ausreichend Neuabschlüsse aus diesen Terminen resultieren. Im Schnitt benötigt ein guter Verkäufer je nach Branche zwischen drei und



Markus Reinke setzt bei professionellen Telefontrainings zur Neukundengewinnung auf Live-Telefonworkshops

fünf Präsentationen, um einen Verkaufsabschluss zu schaffen. Da der klassische Kaltbesuch immer seltener funktioniert und mit hohen Kosten verbunden ist, dient das Telefon heutzutage als wichtiges kostengünstiges Hilfsmittel, um genügend Termine bei Neukunden zu generieren. Die meisten Telefontrainings versuchen dem Verkäufer Techniken zu vermitteln, wie dieser das Gespräch optimal eröffnen und mit Einwänden umgehen soll. Das Problem ist jedoch, dass die in diesen Trainings

vorgestellten Formulierungsbeispiele nur sehr selten eins zu eins von den Verkäufern umgesetzt werden. Hinzu kommt, dass viele Vertriebsaußendienstler Hemmungen vor dem telefonischen Erstkundenkontakt haben. Genau hier setzen die Trainings bei Markus Reinke an.

Die Trainings werden in Form von Live-Telefonworkshops durchgeführt. Das bedeutet, die Vermittlung theoretischer Grundlagen wird auf ein Minimum reduziert. Stattdessen telefonieren die Seminarteilnehmer schwerpunktmäßig mit Neukunden, um diese für ein Erstgespräch vor Ort zu terminieren. Der wirkliche Kunde ist eben der beste Sparringspartner!

Intensive Arbeit

Die Live-Telefonworkshops werden in kleinem Kreis abgehalten mit vier bis sechs Teilnehmern an drei bis vier Workshoptagen. In diesen drei bis vier Tagen führt jeder Verkäufer zahlreiche Kundentelefonate und kann daher im Verkauf wichtige Punkte wie die Gesprächseröffnung, Frage- und Abschlusstechnik und die Einwandbehandlung so intensiv trainieren wie bei keiner anderen Trainingsform. Dabei lernt jeder Teilnehmer nicht nur aus seinen eigenen Telefonaten mit Kunden, sondern auch von seinen Kollegen, mit denen er abwechselnd telefoniert, sodass die Wartezeiten für die Teilnehmer bis zum nächsten Telefonat nur sehr kurz sind – so lang, um den nächsten Anruf vorzubereiten. Der Trainer gibt dabei nach den einzelnen Telefonaten kurze Feedbacks, vergleichbar mit den bekannten „Bordsteinkonferenzen“ bei Feldbegleitungen.

Außerdem führt er mit allen Teilnehmern intensive Einzelcoachings in einem separaten, zweiten Trainingsraum durch, der ebenfalls mit Telefon ausgestattet ist. Auch werden einzelne Gespräche mit der Stimme des Verkäufers aufgezeichnet, um Stimme, Wortschatz und Formulierungen zu überprüfen und eventuell häufige Killerphrasen bewusst zu machen.

Ein weiterer wichtiger Motivationsfaktor ist das gemeinsame Telefonieren mit Kollegen. Viele Außendienstler, die am Anfang zunächst gehemmt sind, erkennen sehr bald: Wenn das mein Kollege kann, schaffe ich das auch!

<http://www.reinke-rhetorik.de>