

self
check

SelbstCHECK Verkauf NeuKunden

Sie können den SelbstCHECK Verkauf NeuKunden selber machen oder Ihren Mitarbeiter/innen Verkauf zum ausfüllen weiterleiten. Drucken Sie den SelbstCHECK aus beantworten Sie die Fragen spontan. Am Schluss finden Sie Lösungsansätze und Denkanstösse zu den einzelnen Fragen.

Fragen zur TELEFONIE (Akquisition) NeuKunden

1. Gehen Sie in der Terminierung /Telefongespräche konzeptionell (Leitfaden, Drehbuch, etc.) vor?
 ja
 nein
 teilweise
2. Wie fühlen Sie sich in der Einwandbehandlung am Telefon?
 stark
 genügend
 schwach
3. Betreiben Sie ein aktives Nachfassen Ihrer Offerten?
 ja
 nein
 teilweise
4. Betreiben Sie bezüglich Terminierung (Telefonakquise) ein Zeitmanagement bzw. tragen Sie dies in Ihrem Kalender?
 ja
 nein
 teilweise
5. Arbeiten Sie nach einem optimalen Zeitmanagement (Wochenstruktur, Planung, Unterschiede dringend oder wichtig, etc.)?
 ja
 nein
 teilweise
6. Kennen Sie Ihre Kennzahlen Telefonie (Anzahl Wählversuche pro Termin, Erreichbarkeit Ansprechpersonen, etc.)?
 ja
 nein
 teilweise
7. Haben Sie eine optimale Vorgehensweise bezüglich Research Neukunden (Adressen)?
 ja
 nein
 teilweise

Fragen zum VERKAUFGESPRÄCH NeuKunden #1

1. Verfügen Sie über eine strukturierte Gesprächsvorbereitung (Checkliste, etc.)
 ja
 nein
 teilweise
2. Gehen Sie im Verkaufsgespräch konzeptionell (Leitfaden, Drehbuch, etc.) vor?
 ja
 nein
 teilweise
3. Können Sie gut mit Neukunden am Gespräch SmallTalken?
 ja
 nein
 teilweise
4. Nennen Sie am Erstgespräch Ihre Gesprächsziele?
 ja
 nein
 teilweise
5. Kennen Sie die Sorgen und Ängste der potentiellen Neukunden/Ansprechpartner und holen sie entsprechend ab?
 ja
 nein
 teilweise
6. Kennen Sie die Schwächen/Stärken Ihrer Mitbewerber?
 ja
 nein
 teilweise
7. Nennen Sie am Verkaufsgespräch Neukunden Ihre USP's?
 ja
 nein
 teilweise
8. Machen Sie aufgrund Sorgen/Ängste der Neukunden eine konkrete Bedarfsanalyse mit zielgerichteten Fragen an ihn?
 ja
 nein
 teilweise
9. Wie weit präsentieren Sie Ihre Produkte/ Dienstleistungen emotional und gebrauchen EmotionsTools?
 ja
 nein
 teilweise
10. Arbeiten Sie im Gespräch mit Referenzen (Kundenliste, etc.)?
 ja
 nein
 teilweise
11. Wie gehen Sie mit dem Preis um bzw. wie meistern Sie die Preisverhandlungen?
 stark
 genügend
 schwach

Fragen zum VERKAUFGESPRÄCH NeuKunden #2

12. Bemerkten Sie allfällige Kaufsignale im Gespräch?
- ja
 nein
 teilweise
13. Stellen Sie in jedem Gespräch die Abschlussfrage und suchen den Abschluss?
- ja
 nein
 teilweise
14. Generieren Sie nach einem Gespräch ohne Erfolg einen verbindlichen Folgetermin?
- ja
 nein
 teilweise
15. Schätzen Sie die Abschlusswahrscheinlichkeit der Neukunden immer richtig ein?
- ja
 nein
 teilweise
16. Kennen Sie Ihre Kennzahlen Verkaufsgespräch (Anzahl Besuche pro Abschluss, Performance Folgetermine, etc.)?
- ja
 nein
 teilweise
17. Wie sind Sie im Bereich Selbstführung und Selbstkontrolle?
- stark
 genügend
 schwach

Wenn Sie die Fragen mehrheitlich mit „nein“ oder „teilweise“ beantwortet haben, dann melden Sie sich noch heute für unser Verkaufstraining an.

**Sichern Sie sich sofort einen Platz unter:
www.trainingsanstalt.com/daten**

Entscheiden Sie selbst. Schlussendlich zählen im Verkauf die Zahlen.



self
check

Lösungsansätze und Denkanstöße

Nachfolgend finden Sie das Warum und das Wie zu den vorherigen Fragen:

Bereich TELEFONIE

- | | | |
|----------------|--|--|
| Frage#1 | Warum?
Wenn Sie mit einem Leitfaden arbeiten, können Sie sich besser auf das Gegenüber am Telefon konzentrieren. | Wie?
Am Training bauen wir gemeinsam Ihren persönlichen Leitfaden auf, welcher Sie sofort umsetzen können. |
| Frage#2 | Warum?
Die Einwandbehandlung ist im Grundsatz immer dieselbe bzw. einfach. Die Herausforderung ist das Trainieren. | Wie?
Sie lernen am Training konstruktive Einwandbehandlung und erstellen Ihren persönlichen Katalog. |
| Frage#3 | Warum?
Beim Nachfassen zeigen wir dem potentiellen Kunden Interesse und die Performance ist um die 30%. | Wie?
Sie erhalten ein Beispiel „Leitfaden Nachfassen“, welches Sie anpassen können. |
| Frage#4 | Warum?
Was nicht im Kalender steht, machen wir nicht. | Wie?
Ich zeige Ihnen ein Beispiel einer optimalen Wochenplanung auf, welche Sie nach Ihren Bedürfnissen anpassen können. |
| Frage#5 | Warum?
Was nicht im Kalender steht, machen wir nicht. | Wie?
Ich zeige Ihnen ein Beispiel einer optimalen Wochenplanung auf, welche Sie nach Ihren Bedürfnissen anpassen können. |
| Frage#6 | Warum?
Wenn Sie wissen wollen, wohin Sie gehen sollen, dann müssen Sie wissen, wo Sie stehen. | Wie?
Nach den Trainings bekommen Sie Tools, welche Ihnen helfen, Ihre Performance zu steigern. |
| Frage#7 | Warum?
Alle brauchen immer wieder Neukunden bzw. ohne Neukunden weniger Wachstum. | Wie?
Da die Trainings branchenübergreifend sind, bekommen Sie viele Inputs. |

Bereich VERKAUFGESPRÄCH

- | | | |
|----------------|--|---|
| Frage#1 | Warum?
Sicherlich kennen Sie die Worte „eine gute Vorbereitung ist die halbe Miete“. Möglicherweise ist mein Gesprächspartner nicht vorbereitet und deshalb kann ich ihm Schritte voraus sein. | Wie?
Am Training erhalten Sie ein Tool, mit welchem Sie sich innert kurzer Zeit auf das Verkaufsgespräch vorbereiten können. |
| Frage#2 | Warum?
Wenn Sie mit einem Leitfaden arbeiten, können Sie sich besser auf das Gegenüber am Tisch konzentrieren und Sie vergessen nichts. | Wie?
Am Training bauen wir gemeinsam Ihren persönlichen Leitfaden auf, welcher Sie sofort umsetzen können. |
| Frage#3 | Warum?
Wenn wir mit dem potentiellen Kunden SmallTalken, dann „tauchen“ wir in seine Welt und können ihn abholen. | Wie?
Gemeinsam gestalten wir sinnvolle und zeitgemässe SmallTalkFragen. |
| Frage#4 | Warum?
Menschen mit Zielen werden mehr beachtet und generieren schneller Vertrauen. | Wie?
Am Training erarbeiten wir Ihre persönlichen Gesprächsziele. |
| Frage#5 | Warum?
Alle haben Sorgen und Ängste - auch Ihre potentielle Neukunden und sie fühlen sich abgeholt. | Wie?
Sie lernen, wie Sie mit Ihren Produkten und Dienstleistungen die Sorgen und Ängste Ihrer potentiellen Neukunden kompensieren können. |
| Frage#6 | Warum?
Je mehr Sie Ihre Mitbewerber kennen, desto besser können Sie argumentieren und fühlen sich sicherer. | Wie?
An den Trainings erstellen wir eine SWOT Ihrer Mitbewerber. |
| Frage#7 | Warum?
USP's (unique selling proposition) macht Ihr Unternehmen und Sie einzigartig. | Wie?
Am Training beschäftigen wir uns intensiv mit Ihren USP's. |
| Frage#8 | Warum?
Zielgerichtete Fragen oder Fragen entsprechend Lösungsansätzen kombiniert mit Ihren Produkten oder Dienstleistungen stellen, heisst den potentiellen Kunden befriedigen. | Wie?
FORMEL: Ihre Lösungen als „Schmerzmittel“ für die Sorgen, Ängste und Bedürfnisse des potentiellen Kunden in zielgerichteten Fragen transformieren. |

Bereich VERKAUFGESPRÄCH

- Frage#9 Warum?**
Die Menschen leben in einer Reizüberflutung und wir müssen uns stark hervorheben, damit wir auf dem Markt wahrgenommen werden.
- Wie?**
Das Zauberwort heisst ThinkLimbic (Emotionen) und meine 11/40-Formel®.
- Frage#10 Warum?**
Je mehr Vertrauen Sie beim potentiellen Kunden schaffen, desto schneller kauft er.
- Wie?**
Vertrauen+ mit zahlreichen Tools schaffen. Zusammen erarbeiten wir diese Tools.
- Frage#11 Warum?**
Bekennen Sie bezüglich Preis Farbe und achten Sie auf Kaufsignale.
- Wie?**
Ich zeige Ihnen Wege auf, wie Sie sich im Bereich Preis sicherer und authentischer fühlen.
- Frage#12 Warum?**
Wieso warten? Wenn der potentielle Kunde zeigt, dass er kaufen will, dann den „SackZuMachen“.
- Wie?**
Gemeinsam haben wir einen Erfahrungsaustausch und geben einander Tipps KaufsignaleSpüren weiter.
- Frage#13 Warum?**
Sie haben sich auf das Gespräch Neukunde vorbereitet und Ihr Bestes am Termin gegeben, dann haben Sie auch das Recht, nach dem Abschluss bzw. nach einem Entscheid zu fragen.
- Wie?**
Zusammen erstellen wir einen Katalog Abschlussfragen und sprechen über mögliche Hemmschwellen bezüglich Abschluss.
- Frage#14 Warum?**
Ohne Verbindlichkeiten haben Sie nichts in Ihren Händen. Deshalb Abschluss oder Folgetermin.
- Wie?**
Gemeinsam lernen wir, wie wir Verbindlichkeiten erfolgreich einleiten können.
- Frage#15 Warum?**
Sicherlich kennen Sie die Aussage „Nutze den Tag“, deshalb ist es wichtig, sich nach jedem Verkaufsgespräch über die Abschlusswahrscheinlichkeit Gedanken zu machen, damit Sie die zukünftigen Kontakte besser Priorisieren können.
- Wie?**
Ich zeige Ihnen ein Beispiel einer Potentialliste mit den entsprechenden Indikatoren auf. Diese Liste können Sie auf Ihr Umfeld anpassen.

Bereich VERKAUFGESPRÄCH

Frage#16

Warum?

Wenn Sie wissen wollen, wohin Sie gehen sollen, dann müssen Sie wissen, wo Sie stehen.

Wie?

Nach den Trainings bekommen Sie Tools, welche Ihnen helfen, Ihre Performance zu steigern.

Frage#17

Warum?

Je mehr ich Selbstführung und Selbstkontrolle ausübe, desto besser kann ich andere (potentielle Kunden, etc.) führen und kontrollieren.

Wie?

Zusammen erarbeiten wir Tools im Bereich Selbstführung und Kontrolle.