GP Kolleg

10 Min. für Ihr Verkaufswissen.

› das erfolgreiche Verkaufsgespräch

Professionell freundlich – gewusst wie

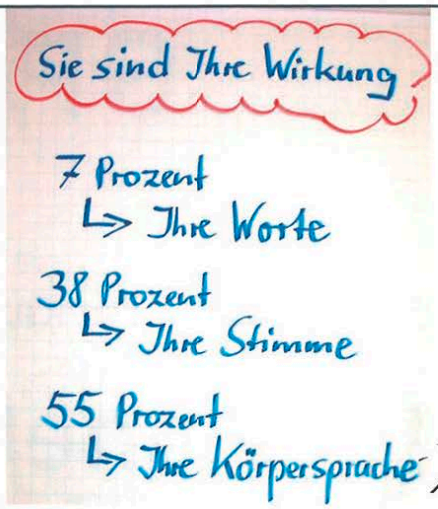
Teil 1) Professionell freundlich – gewusst wie
Teil 2) Phasen eines Verkaufsgespräches
Teil 3) Emotionen im Verkauf
Teil 4) Wissen, was der Kunde wirklich will: Wer fragt verkauft!
Teil 5) Herausforderungen im Kundenkontakt meistern!
Teil 6) Stammkunden gewinnen und Empfehlungsgeschäft aktivieren

mit freundlicher Unterstützung von:

medi

ich fühl mich besser.

1 Die Autorin: Hildegund Wölfel, Kommunikationstrainerin Vision Impuls mit dem Schwerpunkt „Verkaufen, Kunden- und Serviceorientierung", www.vision-impuls.de



2 Lernen Sie die Körpersprache zu lesen! Sie entscheidet über die Wirkung der Kommunikation.

Professionell freundlich – gewusst wie

Ob Sie nun Verkäuferin, Außendienstmitarbeiterin oder Orthopädietechniker sind – Sie sind der Profi im Kundengespräch. Machen Sie sich das jeden Tag, in jedem Beratungs- oder Verkaufsgespräch bewusst.
Der Mensch ist heute oft das Zünglein an der Waage, dass der Kunde sich für ein Unternehmen entscheidet. Diese sechsteilige Serie vertieft Ihr Wissen rund um die Themen „Kommunikation und Verkaufen". Sie erhalten Tipps für Ihren Beratungs- und Verkaufsalltag. Erkennen Sie, was schon gut läuft, dann loben Sie sich auch dafür. Erkennen Sie Entwicklungspotenzial, dann viel Spaß und Erfolg beim Tun.

Ganz Profi mit Herz und Verstand

Genau das zeichnet eine gut angelegte Kundenkommunikation mit professioneller Freundlichkeit aus. Sie findet immer auf zwei Ebenen statt. Sachlich, auf das Anliegen des Kunden bezogen, und emotional, denn wir sprechen von Mensch zu Mensch.

Sinnspruch

› Sie werden sich nicht mehr erinnern, was du gesagt hast, aber sie werden sich erinnern, wie sie sich dabei gefühlt haben.‹

tipp

Professionelle Freundlichkeit kommt von Innen.
Beginnen wir also bei Ihnen:
Fragen Sie sich doch einmal:

- Was schätzen Sie an sich selbst, Ihrem Unternehmen, den Produkten und Dienstleistungen, den Kunden?
- Was bereitet Ihnen beruflich Freude, woher beziehen Sie Energie im Beruf?
- Was zieht Ihnen Energie ab? Und wie können Sie diesen Energieverlust in Energiegewinn umleiten?

Ungewohnt? Solche Fragen sind wichtig, denn Sie sind Ihre Wirkung. Machen Sie sich Ihre eigene Leistung bewusst und seien Sie stolz darauf. Eine positive Einstellung ist – neben Fachwissen und Erfahrung – der wichtigste Schritt auf dem Weg zum Profi. Sie strahlen Selbstbewusstsein, Souveränität und Glaubwürdigkeit aus. Sie ernten dafür das Vertrauen und die Treue Ihrer Kunden.

Positiv denken und handeln!

Positives Denken wird oft mit einem verklärten Weltbild und „rosaroten Wolken" verwechselt. Doch „echte" Positivdenker haben ein sehr klares Realitätsbild vor Augen. Sie sehen die

3 Die Körpersprache lügt nie.

Realität mit all ihren Facetten und entscheiden selbst, was für sie zutrifft und was nicht. Dabei steht für sie im Vordergrund, was kann ich verändern, wenn es mich betrifft? Sie agieren lösungsorientiert, mit Blick in die Zukunft. Positiv denkende Menschen sind häufig sehr lebensbejahende und erfolgreiche Menschen.

Eine positive Atmosphäre im Beratungs- und Kundengespräch schaffen Sie durch:

- Freundlichkeit
- Hilfsbereitschaft
- Ehrlichkeit
- Vertrauen
- Lächeln
- kleine Gesten
- den Standpunkt des Gesprächspartners sehen und verstehen
- Worte wie „gerne, danke, bitte..."
- Ausstrahlung

Wertschätzend beraten

Und weiter auf dem Weg zum Profi: Haben Sie den Kunden mit einem Lächeln und schwungvoll begrüßt, geht es nun darum, welches Anliegen Ihnen der Kunde nennt und welche Bedürfnisse oder Wünsche Sie wahrnehmen. Kann es dabei einen Unterschied geben? Ja! Oft liegt der eigentliche Wunsch oder ein Aspekt dafür unter oder hinter dem Anliegen. Das zu erfragen, und zu erkennen ist der nächste Schritt auf dem Weg zum Profi. Lernen Sie dabei auch, die Körpersprache zu lesen.

Die Körpersprache ist die älteste Sprache der Welt, und jeder spricht sie.

- Der Körper spricht immer.
- Die Körpersprache lügt nie.
- 55% unserer Kommunikation geht über die Körpersprache, 38% über die Stimme und 7% über die Sprache.
- Unsere innere Einstellung und die Körpersprache beeinflussen sich gegenseitig.

Ein Beispiel: Der Blick signalisiert

– **bei der Kontaktaufnahme**

- Kunde sucht den Augenkontakt – er sucht das Gespräch, Hilfe.
- Kunde weicht aus – er will sich alleine umsehen, ermuntern Sie ihn dazu.
- Kunde kneift die Augen zusammen und hat die Braunen zusammengezogen – das deutet auf Ärger hin, gehen Sie interessiert und freundlich auf ihn zu.

– **im Gespräch**

- Blickkontakt: Ich höre dir zu und bin an dem interessiert was du sagst.
- Der Blick verrät, was gefällt oder eben nicht, er zeigt Freude und Erstaunen und vieles mehr.

Widersprechen sich Körpersprache und das gesprochene Wort, entsteht Unglaubwürdigkeit und Disharmonie.

Ankern Sie positive Gefühle

› Machen Sie sich schöne Augenblicke bewusst. Erinnern Sie sich an eine positive berufliche Situation in der Sie sich stark, zufrieden oder glücklich gefühlt haben. Spüren Sie in sich hinein und Sie erleben diese Gefühle wieder. Verankern Sie diese angenehmen Gedanken in Ihrem Arbeitsumfeld, an einem Gegenstand oder mit einem Schlüsselwort. Damit können Sie sich den Schwung und die Energie dieser Situation bei Bedarf wieder holen. ‹

tipp

Stimmen sie dagegen überein, wirkt das glaubwürdig, überzeugend und schafft Harmonie. Das zeigt, Sie sind ein Profi. ■

Eine kleine Geschichte

› Einmal zeigte ein erfolgreicher Mann einem guten Freund ein Bild, das er gemalt hatte. Größe: Etwa ein Meter mal ein Meter. Linke Hälfte der Leinwand lila, rechte Hälfte der Leinwand gelb.
Er hatte das Gemälde gerade für ein stattliches Honorar verkauft. „Das kann ich auch!", sagte sein Freund spontan. Der Maler lachte ihn an und erwiderte: „Siehst du, das unterscheidet uns. Du kannst es, aber du tust es nicht! ‹
Quelle: Joschke, Bernd Stemmann, Peter: Zen und Management

1 Für jeden Kunden die individuelle Versorgung: mediven® bietet 1,8 Mio. Produktvarianten

2 Der mediven®-Butler hilft beim An- und Ausziehen der Strümpfe

3 mediven®-Pflegeprodukte sind auf die Haut von Venenpatienten abgestimmt

mediven®- vom Patienten zum Kunden zum Fan

Die Ladentür öffnet sich: Ein Venenpatient hat den Weg in den Fachhandel gewählt und verlässt ihn als Fan – nach kompetenter Beratung und mit Produkten von mediven® versorgt.

Wer nicht nur die Strumpfschachtel über den Tresen schiebt, sondern sich kompetent für den Kunden einsetzt, wird eine lange Geschäftsbeziehung begründen, von der beide Seiten profitieren. Mit mediven® bietet die Verkäuferin im Sanitätshaus allen Kunden 100%-ige Betreuungs-Kompetenz. Hier die Argumente:

Die Produktqualität

„Wir suchen für Sie den richtigen Strumpf aus – ob fein (mediven® elegance) oder robust (mediven® plus), mit offener Fußspitze, als Schenkelstrumpf oder Strumpfhose – bei 1,8 Mio. Produktvarianten finden wir für Sie die richtige Versorgung!
Nehmen Sie die Strümpfe in die Hand: weich, elastisch, dabei hoch wirksam. Viele Standard- und Trendfarben lassen die Wahl zur angenehmen Qual werden."

Messen

„Wir messen die Kompressionsstrümpfe mit modernster Technik Ihren Beinen passgenau an – sie sitzen wie eine zweite Haut."

An- und Ausziehen

„An- und Ausziehen der Strümpfe gehört für Sie bald zum Alltag. Ich zeige Ihnen den mediven® Butler, den Ihr Arzt auch verordnen kann – damit geht es leicht. mediven® 2 in 1 zum An- und Ausziehen der Strümpfe ist pfiffig und spart Platz auf Reisen."

Hautpflege

„mediven® Day Gel und mediven® Night Creme sind Pflegeprodukte, die speziell auf Venenpatienten abgestimmt sind. Auch ein toller Geschenktipp."

Strumpfpflege

„Tägliches Waschen schadet Ihren Kompressionsstrümpfen nicht – im Gegenteil! Die mediven®-Strümpfe können Sie in die Waschmaschine und den Trockner stecken. mediven® ist Qualität „made in Germany" – ein hochwertiger Strumpf mit funktionellen Details: Hightech-Fasern verhindern Schwitzen und mindern Geruchsbildung. Mit der mediven® Service Garantie erhalten Sie zudem im Zeitraum von sechs Monaten eine kostenfreie Neuversorgung von mediven®, wenn sich Ihre Maße ändern."

Erstausstattungspaket

„In dieser Tasche finden Sie alles Wissenswerte zur Kompressionstherapie, Handschuhe, die Ihnen das Anziehen des Strumpfes erleichtern, und Hautpflege-Proben."

Aktivität kommunizieren

„Passformkontrolle, kostenlose Gesundheitschecks, Newsletter zu neuen Trends in der Venentherapie, Vorträge etablierter Fachärzte und Nordic Walking-Aktivitäten kann jeder Kunde bei uns in Anspruch nehmen." Und: Es kann nicht schaden mit einem Augenzwinkern zu bemerken, dass der Kompressionsstrumpf nur am Bein wirkt – und nicht in der Schublade.