

**EXPAND**

UNTERNEHMENSWACHSTUM

# WACHSTUMS NEWS.04.16

**THEMA:**  
**WAS SPITZENVERKÄUFER  
ANDERS MACHEN.**



Erfahren Sie wie Sie und Ihre Verkaufsmannschaft Ihren Wettbewerbern immer einen Schritt voraus sind und Aufträge sicher abschließen!

#### **WAS HEISST EIGENTLICH VERKAUFEN?**

**VERKAUFEN IST DER PROZESS, MIT DEM SIE EINEN MENSCHEN ÜBERZEUGEN, DASS IHR PRODUKT FÜR IHN WERTVOLLER SEIN KANN ALS DER PREIS, DEN ER DAFÜR BEZAHLT.**

Wir gehen heute gemeinsam auf Entdeckungsreise zum Thema Nachhaltiger Vertriebs-/Kunden-aufbau. Unser gemeinsames Ziel ist die optimale Ausschöpfung von Marktpotential und die Verdrängung von Marktbegleitern auch Wettbewerber genannt.

Ziemlich am Anfang meiner Verkäufer Karriere hat mich einmal ein sehr erfahrener Einkäufer gefragt: was meinen Sie bedeutet verkaufen wirklich? Ich hatte viele Antworten zur Auswahl, nur nicht die, die der Einkäufer hören wollte.

Die Antwort ist simpel. Nur die wenigsten achten darauf und präsentieren immer noch Produkte.

**»VERKAUFSERFOLG BEDEUTET ZUM EINEN GUT ZU ZUHÖREN UND ZUM ANDEREN LÖSUNGEN ZU FINDEN UND ZU PRÄSENTIEREN UND ZUR RICHTIGEN ZEIT DEN DEAL ABZUSCHLIESSEN.«**

Diese Blöfze wollte ich mir nicht noch einmal geben, so kam es dass ich mich intensiv mit den Grundregeln für erfolgreiches Verkaufen beschäftigt habe.

Dafür musste ich mich zuerst einmal mit mir selbst auseinandersetzen, denn die Basis für jeden Erfolg sind Wertvorstellungen.

Finden Sie daher Antworten auf Fragen wie:

- X** Welche Werte vertreten Sie?
- X** Wofür stehen Sie?
- X** Welche Organisationsprinzipien erkennen Sie in Ihrem Leben?
- X** Worin besteht der Kern Ihrer Überzeugungen?
- X** Welche Tugenden streben Sie an, welche gefallen Ihnen, wenn Sie diese an anderen beobachten?
- X** Wofür stehen Sie nicht?
- X** Wofür würden Sie etwas opfern und sogar leiden?

Diese unheimlich wichtigen Fragen stellen sich nur wenige Leute, aber diese kleine Schar besteht aus den wichtigsten und einflussreichsten Leuten in unserer Gesellschaft.

Kurz gesagt: Zunächst einmal brauchen Sie Werte worauf Sie aufbauen können – sogenannte Leitbilder oder auch Mission Statements genannt. Den Mehrwert und die Wirkung wissen Sie aus meinen **WACHSTUMSNEWS 02.16.**



**EXPAND**

#### **WACHSTUMSWORKSHOPS:**

##### **30. JUNI 2016**

Althoff Hotel am Schlossgarten  
Schillerstraße 23  
70173 Stuttgart

##### **22. SEPTEMBER 2016**

Kempinski Hotel Frankfurt  
Graf zu Ysenburg und Buedingen Platz 1  
63263 Frankfurt

##### **24. NOVEMBER 2016**

München (in Planung)

Alle erfolgreichen Unternehmen haben aussagekräftige Leitbilder oder Mission Statements. Aber auch alle erfolgreichen Verkäufer haben und brauchen ein Leitbild.

Mit diesem Wissen gerüstet und mit einer klaren Vision habe ich mich dann mit dem Thema verkaufen an sich beschäftigt.

### **FRÜHER WAR ALLES ANDERS... EINE HÄUFIGE AUSSAGE VON VERKÄUFERN. !STIMMT!**

Jedoch hat sich im Grunde nichts geändert. Außer die Umgebung, die Kunden, die Reihenfolge der Kundenwerbung und die Entscheidungswege.

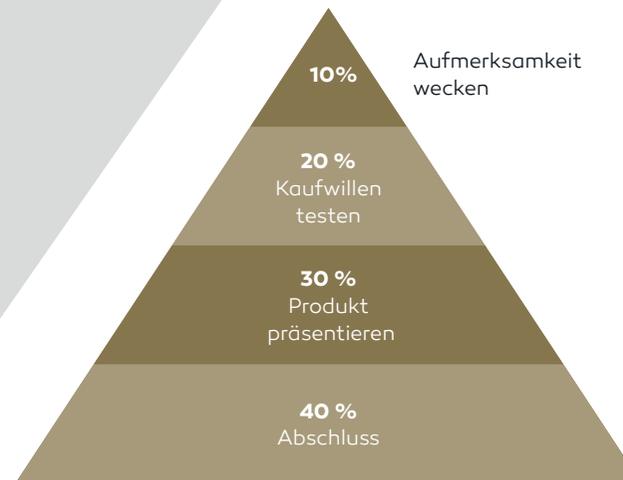
Wie lief das Verkaufen **FRÜHER** ab bis ca. Ende der 1970er Jahre?

Sie kennen bestimmt alle das **AIDA** Prinzip »ja genau schöne Kreuzfahrten«.

### **SCHERZ BEISEITE: AIDA STEHT FÜR:**

- A** = Attention: Aufmerksamkeit wecken
- I** = Interest: Kaufwillen testen
- D** = Desire to buy: das Produkt präsentieren, Schmackhaft machen
- A** = Arbitration: der Abschluss das Ziel

Der höchste Aufwand und Zeitfaktor war der Abschluss wie folgendes Diagramm zeigt.



Es gab nicht ein so hohes Angebot, weniger Wettbewerber, und kein Internet. Sprich, der Käufer hatte weniger Möglichkeiten sich zu informieren. Daher musste man nicht so lange um einen Kunden werben, und nach dem Verkauf war meist kein Besuch mehr nötig.



### **AKTUELLE VORTRÄGE**

**MITTWOCH, 09. NOVEMBER 2016**

Vortrag im Messe Forum  
Electronica München

Verkaufen **HEUTE** bedeutet sich vom Wettbewerb hervorzuheben.

Denn heute sind Einkäufer in der Lage sich perfekt zu informieren und sind meist sehr gut produktspezifisch geschult.

Im Klartext: Die Pyramide hat sich grundlegend geändert, und der Schwerpunkt liegt in der Vertrauensbildung, also **FRAGEN – ZUHÖREN – KENNENLERNEN – LÖSUNGEN PRÄSENTIEREN.**



Die Klarheit über Werte – also ein persönliches und ein Unternehmensleitbild – sowie die Begabung für Vertrauensbildung, ich nenne sie die 70/30 Regel: 70% zuhören, 30% Fragen und Reden machen einen Spitzenverkäufer aus.

Aktives, aufrichtiges **»ZUHÖREN«** führt zu früheren Abschlüssen, höherem Verdienst und mehr Freude am Beruf des Verkäufers.

Halten auch Sie sich die folgenden Sieben entscheidenden Faktoren vor Augen, mit denen Sie erfolgreich abschließen können und dem Wettbewerb immer einen Schritt voraus sein werden:

- X** Schaffen Sie Klarheit was Sie tatsächlich wollen
- X** Konzentrieren Sie sich ganz auf eine Sache
- X** Legen Sie den Fokus auf Beratung (seien Sie Berater, Problemlöser und Freund)
- X** Machen Sie Höflichkeit zum Grundprinzip
- X** bauen Sie Kompetenz auf durch stets gründliche Vorbereitung
- X** strahlen Sie Selbstsicherheit aus
- X** beweisen Sie Mut, denn Mut wird nicht umsonst als die oberste Tugend betrachtet, denn alle anderen Tugenden hängen von ihm ab.

**»WACHSTUM OHNE KOMPROMISSE«  
DURCH MUT. FREIHEIT. NACHHALTIGKEIT**

Ihr  
Stephan Christ



**SIE WOLLEN WEITERE WACHS-  
TUMSANREGUNGEN?**

**WWW.EXXPAND.DE**

Auf meiner Internetseite habe ich einige interessante Themen für Sie zusammengestellt. Ich freue mich auf Ihren Besuch.



EXPAND X Stephan Christ Wachstumsexperte, Dipl. Sales Manager (FH)  
Am Pfarranger 27 X 84036 Kumhausen X Germany  
Phone +49 871 4043-7318 X Fax +49 871 4043-8061 X info@exxpand.de X www.exxpand.de