

EXPAND

UNTERNEHMENSWACHSTUM

WACHSTUMS NEWS.06.16

THEMA:
PROJEKTKILLER:
SCHLECHTE VORBEREITUNG.



Mark Twain sagte einmal: „Um eine gute improvisierte drei Minuten Rede zu halten, brauche ich mindestens drei Wochen Vorbereitung.“

Ich habe lange gebraucht, um diesen Satz zu verinnerlichen, aber er ist die Grundvoraussetzung für den Aufbau einer Kundenbeziehung. So kam es, dass ich aus Zeitgründen wieder einmal unvorbereitet auf einen potenziellen Neukundenbesuch ging, denn ich dachte meine Erfahrung wird mir auch diesmal helfen.

Beim Kunden angekommen, erst einmal die übliche Vorstellung, Small Talk, etc. – eben das volle „Vertriebsprofi“ Programm.

Nach kurzer Zeit wurde ich ziemlich barsch unterbrochen, und der Kunde sagte Ihre Zeit ist kostbar und die meine auch, können Sie mir heute folgende drei Fragen beantworten, die der Grund für meine Einladung zu einem Termin sind:

1.) WAS GENAU MEINEN SIE IST DER MEHRWERT IHRES PRODUKTES FÜR UNSERE FIRMA?

2.) WAS IST IHRE USP (UNIQUE SELLING PROPOSITION), ZU DEUTSCH IHR ALLEINSTELLUNGS-MERKMAL?

3.) WO KÖNNEN IHRE PRODUKTE DEN HÖCHSTEN NUTZEN IN UNSEREN ANWENDUNGEN SCHAFFEN ODER SOGAR AKTUELLE PROBLEME LÖSEN?

Frage eins und zwei konnte ich aufgrund meiner langjährigen Erfahrung und Marktkenntnisse mit Bravur beantworten, aber die alles entscheidende Dritte mangels Vorbereitung nicht.

Und da sind wir beim Punkt, es gab noch nie eine Theater Aufführung ohne **GENERALPROBE** und genau so entscheidend wie die Generalprobe im Theater ist die Vorbereitung beim Aufbau einer Kunden-Lieferanten Beziehung. Durch diesen Termin wurde ich noch effizienter in meiner Arbeitsweise und konnte zwar nicht diesen Kunden gewinnen, aber viele andere nach ihm. **SEITHER KONZENTRIERE ICH MEIN GESAMTES ARBEITEN UND MEINE EIGENE ORGANISATION AUF KLASSE UND NICHT MEHR MASSE.**

WIE LANGE BEREITEN SIE SICH AUF EINEN KUNDENBESUCH VOR?

Sehr häufig werden Kundentermine kurzfristig vereinbart und am besten gleich mehrere an einem Tag, damit es sich auch lohnt raus zu fahren.

Was dann meist zu kurz kommt, ist die Vorbereitung und man steht vor dem Kunden und verkauft wieder einmal nur sein Produkt. Das Kundenproblem, weshalb der Einkäufer oder Entwickler sie eingeladen hat, ist damit noch lange nicht gelöst.

Man hinterlässt dann noch Kataloge und vielleicht sogar Muster und wundert sich dann, warum keine Anfrage oder sogar ein Auftrag daraus geworden ist.



EXPAND

WACHSTUMSWORKSHOPS:

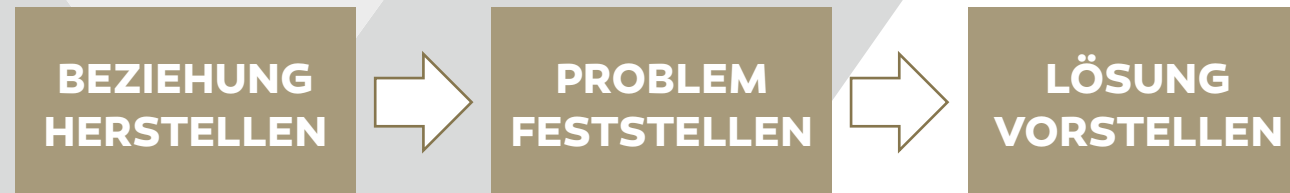
22. SEPTEMBER 2016

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

24. NOVEMBER 2016

HOTEL PRINZREGENT
Riemer Str. 350
81829 München

Bei einer Kunden Lieferanten Beziehung kommt es immer wieder auf die drei gleichen Grundmuster an, nämlich:



Beim Beziehungsaufbau kommt es auf Sympathie, Wissen und Authentizität an. Ganz wichtig aber – vor allem – auf Wertschätzung und diese beginnt mit der Vorbereitung. Immer noch 85% aller Kundenbesuche werden gemacht, ohne genau zu wissen was der Kunde macht und wo derzeit evtl. akut der Schuh drückt.

Meine Erfahrung zeigt, dass sie ihre Trefferquote in der Projekt- und Auftragsanbahnung erheblich steigern können, wenn Sie folgende Regeln beachten:

- X** Immer Perfekt informiert sein über die Firma, die besucht wird
- X** Neue Innovationen und Produkte kennen
- X** Orga Chart des Unternehmens kennen
- X** Neuste Entwicklungen kennen
- X** Wo passt mein Produkt am besten und welchen Vorteil hat der Kunde durch mein Produkt
- X** Wissen welche Marktbegleiter zu welchen Konditionen und mit welchen Produkten anbieten

- X** Preisfrage erst am Ende der Problemlösungsphase einbringen
- X** Zeit für den Kunden aufwenden
- X** 70% zuhören, 30% reden

**DENN DIE VORBEREITUNG VON HEUTE ...
... IST DER ERFOLG VON MORGEN**

Ihr Stephan Christ



AKTUELLE VORTRÄGE

MITTWOCH, 09. NOVEMBER 2016

Vortrag im Messe Forum
Electronica München

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



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