

SAY YES

— Coaching —

DEIN ERFOLGREICHES VERKAUFGSGESPRÄCH



WIE DU JEDES KUNDEHERZ EROBERST!



Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|---------|
| ÜBER MICH | S 3 |
| Verkauf-, Strategie- und Teambuilding Coach | |
| EINFÜHRUNG | S 4 |
| 'Nice to know' über dieses Workbook | |
| FÜR DEN ERFOLG | S 5 |
| ... brauchst du eine Strategie | |
| DEINE RAHMENBEDINGUNGEN | S 6 |
| für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch | |
| DIE WELT DER KOMMUNIKATION | S 7 |
| Du bestimmst ob Niederlage oder Erfolg | |
| DEINE ANFORDERUNGEN | S 8 |
| an den und im Verkaufsdialog | |
| DIE MACHT DER POSITIVE VIBES | S 9-10 |
| und deren Hebelwirkungen | |
| WIE BETRACHEST DU DICH SELBST | S 11 |
| Deine Einstellung zu dir und deinem Business | |
| DEINE PERSÖNLICHKEIT | S 12 |
| dank deiner charakterlichen Eigenschaften | |
| SCHREIBÜBUNG 1 - 2 | S 13-14 |
| und werde dir deiner Selbst bewusst | |
| DER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG | S 16 |
| Charakter- und Kundentypen | |
| WER FRAGT DER FÜHRT | S 17 |
| wer führt, der gewinnt! | |

Inhaltsverzeichnis

DEINE ROLLE IM VERKAUFSDIALOG S 18
dank deiner Eigenschaften

DIE ROLLE DEINES KUNDEN S 19–21
Romantiker, Krieger, Experte oder doch Superhirn

DIE 'W' FRAGEN S 22
für einen einwandfreie Präsentation

DER ZEIT- UND ABLAUFPLAN S 23
denn Zeit ist Geld

STORYTELLING S 24
das wichtigste Medium im Verkaufsgespräch

KÖRPERSPRACHE S 25
eine Stimme für sich

PERSÖNLICHKEITSMERKMALE S 26
mehr Professionalität

DIE PERSÖNLICHE AUSSTRAHLUNG S 27
und Begeisterung muss gelebt werden

EINWANDBEHANDLUNG S 28
trotz Einwände zum gewünschten Erfolg

DER VERKAUFSABSCHLUSS S 29
5 Abschlusstechniken

DER KUNDENDIALOG S 31
Step by Step





FÜR ALLE HOCHZEITSDIENSTLEISTER DIE IHRE

Brautpaare

SCHNELLER GLÜCKLICH SEHEN WOLLEN!

Über mich

Ich bin Vivian, eine Engländerin Jahrgang 1990, die quasi zeit ihres Lebens mit sämtlichen Themen und Dienstleistungen rund um das Heiraten vertraut ist. Wie kann das sein - so jung und schon so tief drin in der Materie, um jetzt ihre Dienste als Coach für Hochzeitsdienstleister anzubieten?

Bei mir ist es so, dass ich mich auf drei entscheidende Dinge verlassen kann, ohne die ich diesen neuen Weg nicht gegangen wäre: Erfahrung, Kompetenz und Herzblut. Mit einem Studienabschluss - Bachelor of Art, Sales & Management - habe ich diese Qualifikation intensiviert, denn hierbei ging es gezielt um die Kundenorientierung bei Verkaufs- und Vertriebsaktivitäten.



Deine Vivian Kimberly Jenkins

Du möchtest keine Tipp's & Tricks und Angebote mehr verpassen, dann melde dich JETZT für den SAY YES Letter an!

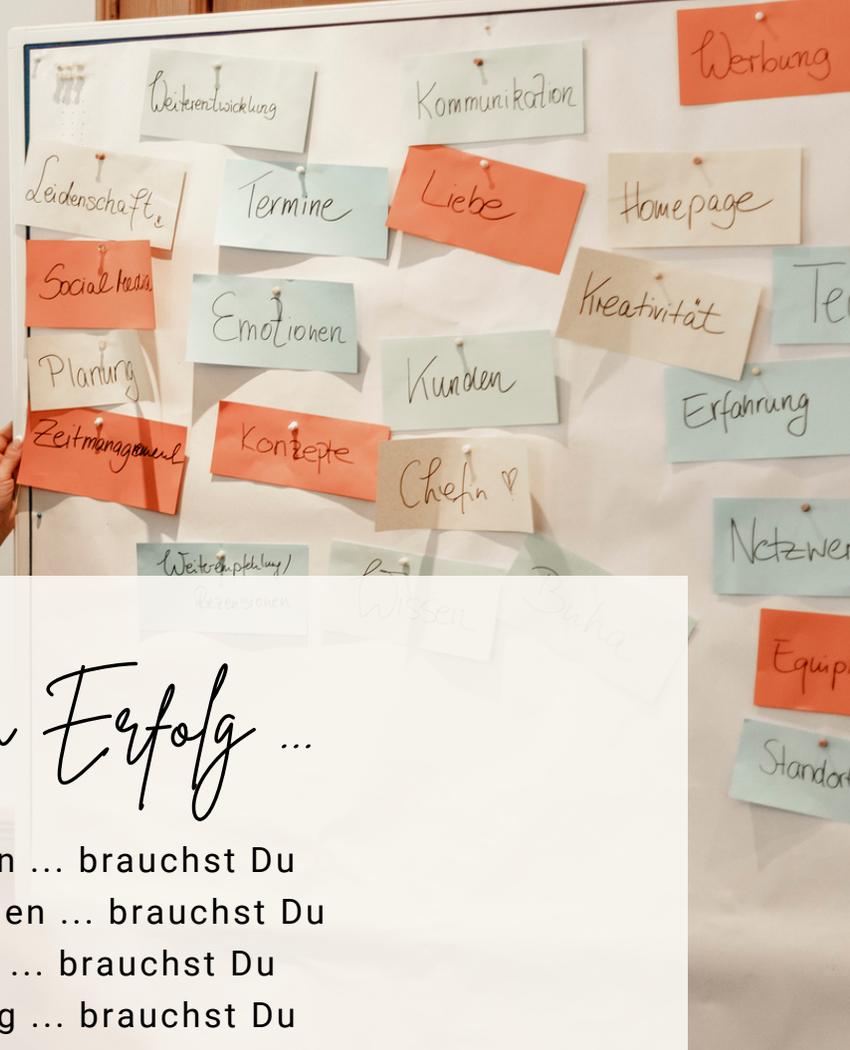


Einführung & ÜBER DIESES WORKBOOK

Heutzutage werden Hochzeiten viel individueller und persönlicher gestaltet als früher. Umso wichtiger ist es, dass alle im Rahmen einer Hochzeit beauftragten Dienstleister ihren Job richtig gut machen.

Wenn man berücksichtigt, dass Braut und Bräutigam diesem einen Tag mitunter jahrelang entgegenfiebern und dass sie für diesen einen Anlass meist ein kleines Vermögen ausgeben, dürfen sie im Gegenzug dazu auch erwarten, dass ihre Hochzeit wie am Schnürchen läuft, dass die Braut umwerfend aussieht, der Solosänger die Gäste zu Tränen rührt und die Fotos jedes Gefühl und jede Stimmung eins zu eins transportieren. Das funktioniert aber nur, wenn das Brautpaar inklusive seiner Gäste - sie sorgen im Nachhinein für Empfehlungen und Folgeaufträge - zu jedem Detail perfekt beraten worden ist.

Erlerne hier die Grundlagen einer perfekten Beratung.



Für den Erfolg ...

im Existieren ... brauchst Du
im Unternehmen ... brauchst Du
im Verkauf ... brauchst Du
im Marketing ... brauchst Du
im Controlling ... brauchst Du
im Personalwesen ... brauchst Du

... eine Strategie

Alles was Du als Selbständiger an Aufgaben bewältigst sollte auf der Grundlage einer jeweiligen Strategie aufgebaut, betrachtet und bearbeitet werden!

Möchtest Du deine Zukunft selbst gestalten oder ohne Kontrolle von den Brautpaaren gestalten lassen? Dann überdenke und verinnerliche deine Rahmenbedingungen unter der Du die Zukunft deiner Verkaufsgespräche kontrollierst, lenkst und führen möchtest.

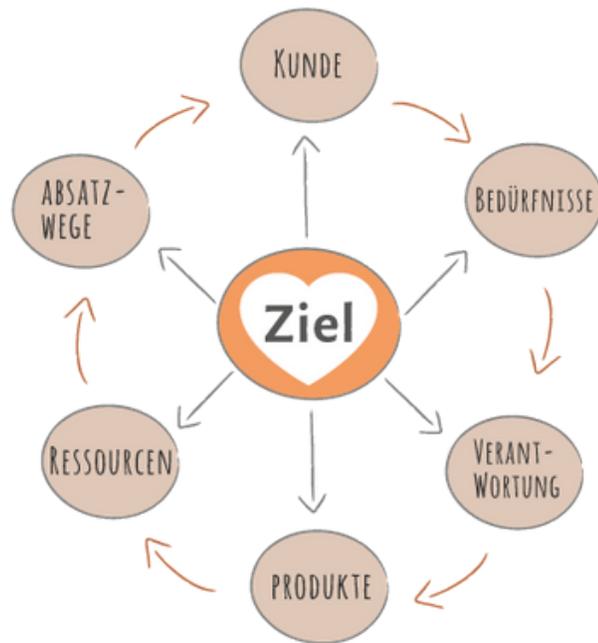
Deine Rahmenbedingungen

... für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch

denn diesen einen besagten und versteckten Kaufknopf beim Kunden gibt es nicht. Es ist die Summe und das Zusammenspiel vieler Parameter die es gilt zu beherrschen und anwenden zu können.

FRAGE DICH:

- ✓ Wer
- ✓ Wie
- ✓ Was
- ✓ Wieso
- ✓ Warum
- ✓ Welche



Formuliere deine Rahmenbedingungen aus und wiederhole dabei immer wieder die jeweiligen Fragen! Umso eher kommt dir die Antwort

Die Welt der Kommunikation

Der Weg ein erfolgreicher Verkäufer zu sein erfordert ein neues Profil strategischer Maßnahmen, die sich in einer neuen Phase von Wissen, Können und Handeln Widerspiegeln muss.

Das bedeutet im Detail über die rhetorischen Mittel, die sozialen Kompetenzen und die Zielstrebigkeit zu verfügen das dem Brautpaar verdeutlicht, dass das Anliegen verstanden wurde und die Lösung, in deinen Händen, schon parat liegt.

“ **DU ALLEIN ENTSCHEIDEST ALSO ÜBER
NIEDERLAGE ODER ERFOLG IM
VERKAUFGESPRÄCH** ”

Deine Anforderung "AN DEN ODER IM" Verkaufsdialog

Erfolgreiches Verkaufen setzt voraus, dass Du die Fähigkeit besitzen solltest auf psychologische Vorgänge, die sich im Verkaufsgespräch ergeben, Einfluss zu nehmen ohne dir großartig den Kopf darüber zerbrechen zu müssen.

Was die Braut, warum gesagt hat und wie du jetzt reagieren solltest, deswegen heißt die Devise: "agiere bevor du reagieren musst!"



DOCH WIE AGIEREN, IST DIE FRAGE?

Dafür gibt es ein Zauberwort! Menschenkenntnis! Du denkst dir jetzt bestimmt: "... aber ich kenne meine Kunden doch ...!" Aber es geht nicht um die gestellte Frage selbst, deiner Kunden sondern WER die Frage WIESO gestellt hat!

Der Nachholbedarf ist groß in Erfahrung zu bringen welcher Kunde, welcher Kundentyp ist und wie man genau diesen verschiedenen Kundentypen die Inhalte so vermittelt, also AGIERT, das man nicht mehr Gefahr läuft reagieren zu müssen.

DIE MACHT DER

"positiven Vibes"

TEIL 1

Eine positive Grundeinstellung zu sich und seinem Unternehmen beeinflussen die Tonlage deiner Stimme und sorgt für die richtige emotionale Verkaufseinstimmung.

Was kannst Du also tun, das du deinem Brautpaar, mit "positiven Vibes" gegenüber trittst?

01

VERTRAUEN

04

MENSCHLICHKEIT

02

GLAUBWÜRDIGKEIT

Verbunden mit Ausstrahlung und Begeisterung

05

SACHLICHKEIT

03

HILFSBEREITSCHAFT

06

KOMPETENZ

DIE MACHT DER

"positiven Vibes"

TEIL 2

Bist du kein professioneller Schauspieler, so merkt dir dein Gegenüber schnell an, anhand von Mimik/Gestik/Rhetorik, ob es dir gut geht oder nicht. Daher beachte deinen IST-Zustand indem du Gespräche führst, E-Mails beantwortest oder Termine mit Brautpaaren wahrnimmst.

Sofern ein negatives Ereignis kurz vorher stattgefunden hat und es sich nicht vermeiden lässt, nimm dir 5 Minuten Zeit um "deinen Modi" auf "positive Vibes" umzuschalten!

FOLGENDE HEBEL WIRKEN SICH POSITIV AUF DEIN "GUTE LAUNE" PARAMETER AUS:

01

GUTE LAUNE MUSIK

02

DANKSAGUNGEN

Von glücklichen Kunden

03

LIEBLINGSKOMÖDIEN

Kurz anschauen

04

**SICH WITZE ERZÄHLEN
LASSEN**

05

BEZUGSPERSON

den positivsten Einfluss
kontaktieren

06

SPIEGEL

Stelle dich 3 min. vor einen
Spiegel und sage dir wie
großartig Du bist!

Wie betrachtest du dich selbst?

Um im Verkaufsgespräch deinen Kunden verstehen zu können, musst du dir selbst erst einmal bewusst werden, wer Du bist und wie Du dich selbst siehst und gesehen werden möchtest



DU BIST EINMALIG!

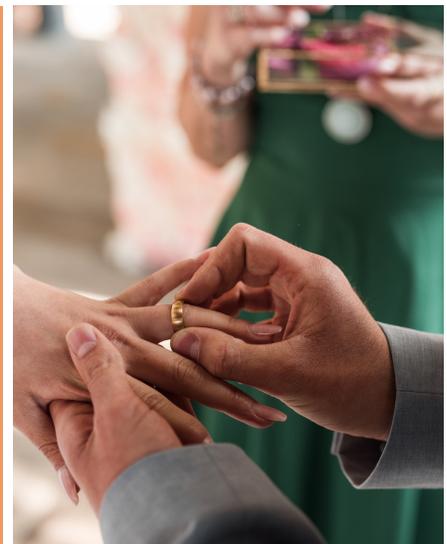
Natürlich gibt es schon andere Dienstleister die den Brautpaaren versuchen den Hochzeitstag zu versüßen doch gibt es schon ein zweites Du? Was ich damit meine? Wir sind alle Einzigartig! Du bist Einzigartig, unverwechselbar und jeder lebt und liebt seinen Beruf auf eine andere Art und Weise, was Du nach außen präsentierst.

Vielleicht haben die Brautpaare genau auf DICH als Dienstleister gewartet um einen leidenschaftlichen, engagierten, strukturierten WEDDING CREATOR buchen zu können..

JEDOCH FRAGST DU DICH ...

... kann Sie damit mich meinen?
... die Brautpaare haben auf mich gewartet?
... das man mich wegen meiner Einzigartigkeit bucht?

Dann solltest Du jetzt ganz schnell damit beginnen an deiner Einstellung zu dir und deinem Unternehmen zu arbeiten, denn was Du über dich selbst denkst, trägst du unterbewusst automatisch nach außen und versäumst dadurch eventuelle Buchungen.



IST DIR DAS SCHON EINMAL BEWUSST GEWESEN?

... dann lass es uns dir jetzt bewusst machen!

WELCHE *charakterlichen* EIGENSCHAFTEN BESCHREIBEN DEINE PERSÖNLICHKEIT AM BESTEN?

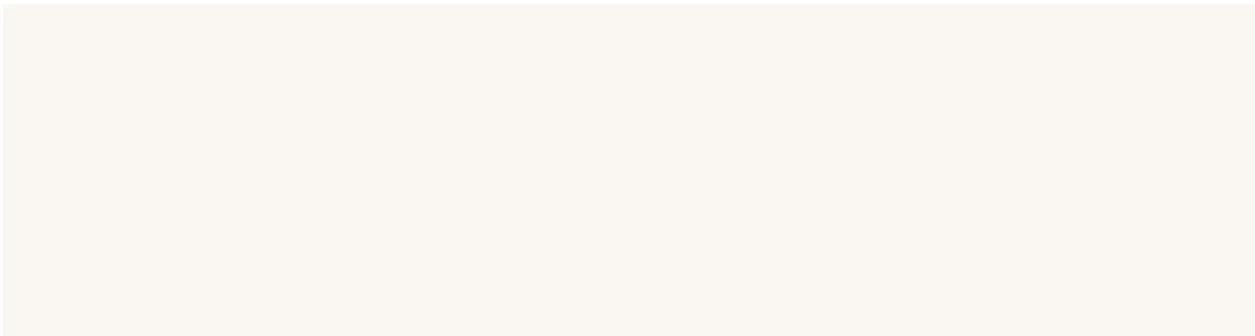
Kreuze 8 Eigenschaften an, die dich zu 100% verkörpern.

- | | | | |
|---------------------------------------|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> mitfühlend | <input type="checkbox"/> selbstbewusst | <input type="checkbox"/> emphatisch | <input type="checkbox"/> vertrauenswürdig |
| <input type="checkbox"/> fügsam | <input type="checkbox"/> strategisch | <input type="checkbox"/> direkt | <input type="checkbox"/> verantwortungsbewusst |
| <input type="checkbox"/> bestimmt | <input type="checkbox"/> charismatisch | <input type="checkbox"/> produktiv | <input type="checkbox"/> prozessorientiert |
| <input type="checkbox"/> ungeduldig | <input type="checkbox"/> fürsorglich | <input type="checkbox"/> effizient | <input type="checkbox"/> energisch |
| <input type="checkbox"/> engagiert | <input type="checkbox"/> geduldig | <input type="checkbox"/> loyal | <input type="checkbox"/> charmant |
| <input type="checkbox"/> kühn | <input type="checkbox"/> taktvoll | <input type="checkbox"/> chaotisch | <input type="checkbox"/> qualitätsbewusst |
| <input type="checkbox"/> akkurat | <input type="checkbox"/> höflich | <input type="checkbox"/> tatkräftig | <input type="checkbox"/> kreativ |
| <input type="checkbox"/> stabil | <input type="checkbox"/> fleixibel | <input type="checkbox"/> methodisch | <input type="checkbox"/> selbstbeherrscht |
| <input type="checkbox"/> beständig | <input type="checkbox"/> optimistisch | <input type="checkbox"/> gründlich | <input type="checkbox"/> unkonventionell |
| <input type="checkbox"/> eifrig | <input type="checkbox"/> technisch | <input type="checkbox"/> enthusiastisch | <input type="checkbox"/> ergebnisorientiert |
| <input type="checkbox"/> freundlich | <input type="checkbox"/> gesellig | <input type="checkbox"/> lösungsorientiert | <input type="checkbox"/> temperamentvoll |
| <input type="checkbox"/> akribisch | <input type="checkbox"/> besessen | <input type="checkbox"/> verträumt | <input type="checkbox"/> gewissenhaft |
| <input type="checkbox"/> diplomatisch | <input type="checkbox"/> inspirierend | <input type="checkbox"/> zuverlässig | |
| <input type="checkbox"/> stur | <input type="checkbox"/> vorsichtig | <input type="checkbox"/> unabhängig | |

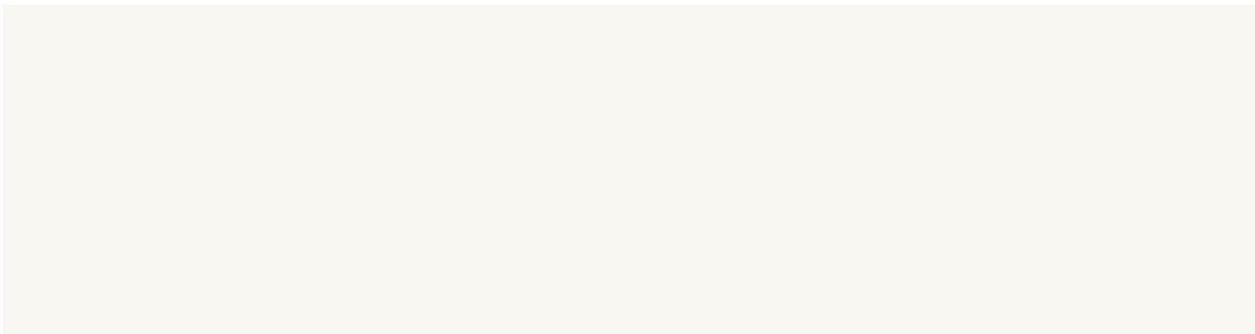
Schreibübung 01

Verfasse einen Text, indem du die folgenden Sätze vervollständigst:

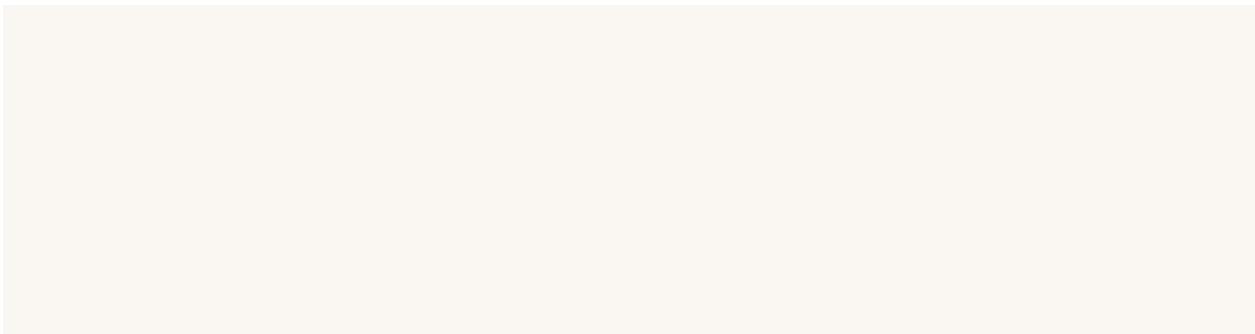
Meine größte Leidenschaft ist ...



Meine Liebe dafür begann ...



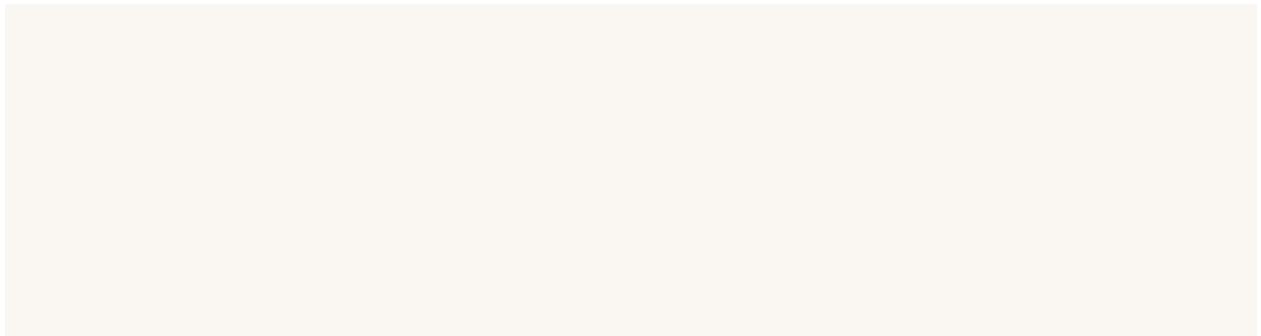
Ich bin prädestiniert für diesen Beruf, weil ...



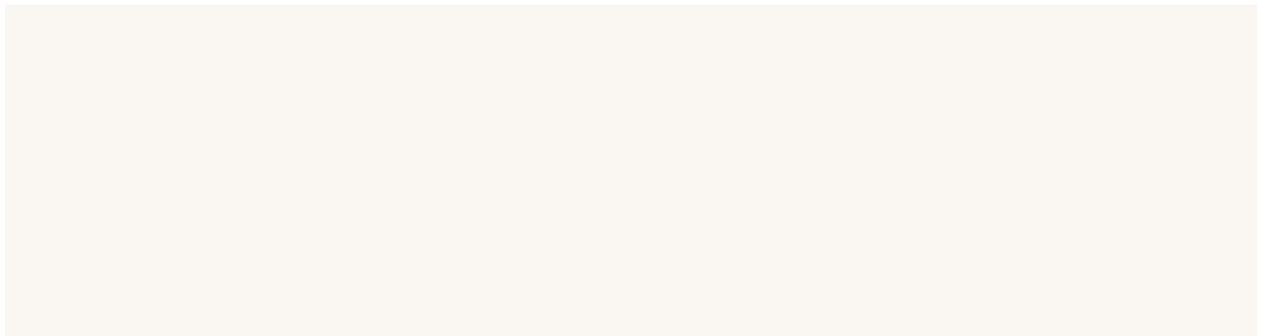
Schreibübung 02

Verfasse einen Text, indem du die folgenden Sätze vervollständigst:

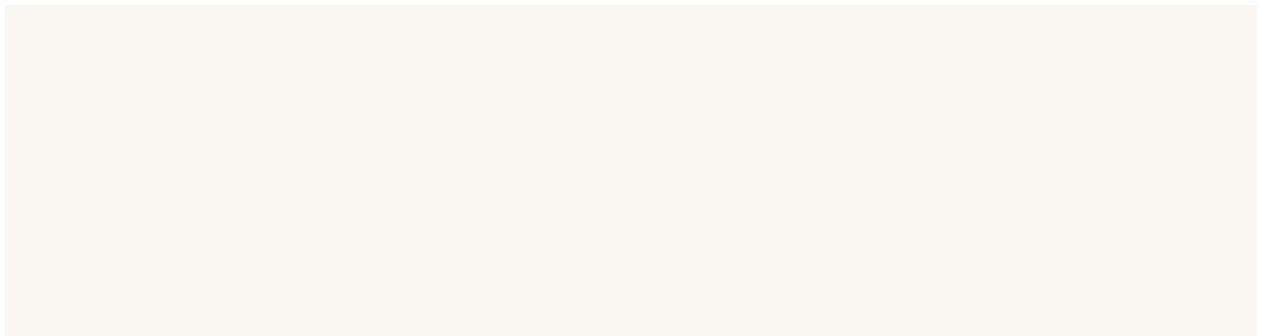
Meine Brautpaare erwarten ...



Meine Wünsche für die Zukunft sind ...



Ich werde ...



Du möchtest

**ERFOLGREICH EINFACHE
KUNDENGESPRÄCHE
FÜHREN?**

...

Dann erwartet dich jetzt

DER ERFOLGSSCHLÜSSEL

WWW.SAYYESCOACHING.DE



DEIN SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG!

Charaktertypen ausmachen
und auf Kundentypen wirken!

Du denkst sicherlich, Charaktertypen ausmachen? Wie soll ich das schaffen? Vor allem habe ich denn bei einem ersten Gespräch die Zeit dafür?

Die Antwort lautet: **15** Sekunden

Sofern du vor dem Kundengespräch die Merkmale und Verhaltensmuster der verschiedenen Kundentypen "auswendig" gelernt hast oder beherrschst benötigst Du nur 15 Sekunden Eures Gespräches um den Charaktertypen, der dir gegenüber sitzt zu identifizieren.

01 WIE IST SEIN / IHR VERHALTEN ?

02 WIE IST SEINE / IHRE SPRACHE ?

03 WIE IST SEINE / IHRE STIMME?

04 WIE IST SEIN / IHR GESICHTSAUSDRUCK ?

05 WIE IST SEIN / IHR AUGENKONTAKT ?

06 WIE IST SEINE / IHRE KÖRPERHALTUNG ?

Wer fragt der führt,

WER FÜHRT, DER GEWINNT!

Charaktertypen ausmachen und auf Kundentypen einwirken

Der Einsatz von Fragetechniken verhilft dir dabei den Bedarf zu ermitteln und das Gespräch entscheidend zu navigieren und zu beeinflussen!

1

GESPRÄCHSEINSTIEGSFRAGEN

sind

BEZIEHUNGSaufBAUFRAGEN

2

OFFENE FRAGEN

sind

INFORMATIONSFragen

3

GESCHLOSSENE FRAGEN

sind

KONTROLLFRAGEN

4

ALTERNATIVFRAGEN

sind

ENTSCHEIDUNGSFRAGEN



Deine Rolle im Verkaufsdialog

Bevor du andere und ihre Bedürfnisse verstehen willst, musst Du erst einmal selbst in Erfahrung bringen welche Rolle Du, Dank deiner Eigenschaften einnimmst...

Romantiker

SENSIBILITÄT UND EMOTIONEN

Grundlage des Dialoges: *Beziehung aufbauen*

... schaffen einen loyalen Kundenstamm, sind sympathisch, kümmern sich und sind so bemüht, dass sie ihre eigenen Bedürfnisse hinten anstellen. Durch existierender Kundenstammpflege verliert Fokus nach neuen potenziellen Kunden. Fokus muss auf Ausbreitung des Terrains liegen und nicht auf dem bereits bekannten und hoffen das Kunden einfach so angefliegen kommen ...



Krieger

KOSTEN - NUTZEN SKALA

Grundlage des Dialoges: *aggressiver Verhandlungspartner*

... lösen und analysieren gerne Probleme, Verhandlungsgeschick, effizientes Verhalten führt schnell zum Ziel, bevorzugt Neukundenaquise statt Bestandskundenpflege.



Experte

FAKTEN UND TATSACHEN

Grundlage des Dialoges: *Rechthaber*

... Verkaufsabschlüsse durch fehlerfreies Wissen, präzise und detaillierte Produktpräsentation, organisierte und strukturierte Prozesse für die Weiterentwicklung, Kundenpflege und Nachbereitung. neue Leistungen werden erst kommuniziert bei umfangreicher Kompetenz und Wissen.



Superhörn

BRAINSTORMING UND EXPERIMENTE

Grundlage des Dialoges: *aufgeschlossen für Errungenschaften*

... mit Fantasie und Enthusiasmus begeistert, ermutigt zum Neuem, bringen Kunden auf neue Ideen, gefährden geplante Geschäfte, Konzentrationsmangel ist häufig der Grund für den verlorenen roten Faden.



Die Rolle deines Kunden!

Nun hast Du in Erfahrung gebracht, welche Rolle Du, dank deiner Eigenschaften einnimmst. Aber welche Rolle nimmt der Kunde ein und wie verhält dieser sich?

Romantiker

... Glücksbote, lächelt überdurchschnittlich viel. Fokus mehr auf den gegenüber als auf das Geschäft, können keine Kritik oder Anregungen äußern, meiden Konflikte, sind aber solange Nachtragend bis du merkst was ihnen missfällt oder sie stört.

Sind sehr persönlich, hegen freundschaftlichen Umgang, werden gerne gelobt, lachen gerne viel und verlieren sich gern in Small Talks.



Krieger

... Problemlöser, ergebnisorientiert, erwartet Engagement, hinterfragen sehr viel, kritisieren gern und viel, sehr fordern, erwarten Effizienz und Effektivität, emotionalität unerwünscht, erwarten ehrliche und offene Worte um schnell ans Ziel zu kommen.

Zweckorientiert, guckt meist mit gerunzelter Stirn, weder ungern unnötig aufgehalten, Ziel ist ihr zweiter Vorname, wünschen keine Vorschläge, sondern direkte Lösungen.



Experte

... Vorausplaner, schätzt Genauigkeit und Präzision, liebt bestehendes statt neuartiges, technisch und systematisch
Avisiert, wissensdurstig, erwartet Verantwortungsbewusstsein, Präsentation nur mit Wissen und Erfahrung. Vertrautheit schaffen durch sehen/hören/riechen/berühren.

Mögen es sachlich, kein Detail auslassen, überprüft Richtigkeit der Information, trifft sehr bewusst Entscheidungen, meist konservativer Auftritt



Superhirn

... Visionär, bevorzugt innovative Ideen, ignorieren das Risiko, sorglos, liebt Abenteuer, sind tolerant gegenüber Fehler und Mängel da der Fokus auf der Vision liegt, viele Optionen begeistern, favorisieren Trends und außergewöhnliches, charakterlich charmant und sehr aufgedreht

Langweilen sich schnell, weichen im Gespräch viel vom Thema ab, ihr Erscheinungsbild ist auch meist ungewöhnlich oder kreativ, ändern öfters ihre Meinung.



WAS BEDEUTET NUN DIE, DIR JETZT BEKANNTE

Rollenverteilung

FÜR DICH ?



Das ganze **Service of excellence** hat also nichts mit Hellsehen und Gedanken lesen können zu tun, sondern rein mit dem Wissen was deine Kunden ausmacht. Doch um jeden Stil erkennen zu können und es dadurch einfacher im Verkaufsgespräch zu haben, hilft es genau auf die aufgeführten verbalen und nonverbalen Merkmale zu achten. Man muss sehr aufmerksam auf die Verhaltensmuster der anderen schauen und zumindest zu Beginn mehr Fragen stellen, um sie zum Reden zu bewegen.

Hilfreich ist es auch Schlussfolgerungen herzuleiten, um den Stil einer Person zu identifizieren. Es ist zum Beispiel manchmal einfacher, einen möglichen Stil auszuschließen, als sich auf ihn festzulegen. Auch wenn Du den genauen Stil nicht herausfinden kannst, hilft es Hinweise auszuschließen, die dieser Kunde nicht verwendet, um deine Botschaft besser auf das Paar abstimmen zu können.

Werde dir bewusst, wie wichtig interner Kundenservice ist, um exzellente Servicekultur zu schaffen.

01 VERHALTEN PROVOZIERT VERHALTEN !

02 POSITIVES VERHALTEN SIEGT ÜBER NEGATIVES VERHALTEN !

03 MAN KANN SEIN VERHALTEN UND DAS ECHO SELBST BESTIMMEN

Die "W-Fragen"

Für den perfekten Termin mit deinem Kunden solltest du dir selbst erst einmal die wichtigsten "W-Fragen" beantworten:

WAS möchte ich im Gespräch mit dem Brautpaar erreichen ?

WIE möchte ich von dem Brautpaar wahrgenommen werden ?

WIE motiviere ich mich um auf den Kunden motivieren und begeistert einzuwirken?

WIE bringe ich mich und meinen Kunden in eine Superverkaufsgesprächstimmung ?

WAS sage ich dem Kunde beim Einstieg ?

WIE transportiere ich den Einstieg für einen ersten guten Eindruck ?

WIE stelle ich möglichst schnell fest, welcher *Typus* Kunde ich vor mir habe ?

WIE gestalte ich den Einstieg und Reihenfolge das Gespräch ? Dieser sollte immer gleich sein !

DER ZEIT- UND ABLAUFPLAN

Denn Zeit ist Geld!

01

Begrüßen Sie den Kunden mit einem Lächeln höflich und zuvorkommend. Stellen sie sich mit Ihrem Namen vor. Denken Sie daran, dass Ihr erster Auftritt durch die Begrüßung der wichtigste und entscheidende Auftritt für die weiteren Gesprächsverhandlungen sind.

02

Bieten Sie dem Kunden Platz und Getränke an. Es ist eine Höflichkeitsgeste, die beim Kunden gut ankommt.

03

Bevor Sie das Gespräch beginnen, finden Sie die richtigen Einstiegsformulierungen, z.B. *"Wie geht es Ihnen, hatten Sie eine gute Fahrt?"*

04

Stellen Sie Ihrem Kunden Ihren Aufgabenbereich vor. Geben Sie dem Kunden einen Überblick über die Firmenpsychologie, über die Unternehmensstruktur, über die Waren- und Leistungsangebote etc.

05

Fragen Sie den Kunden nach seinem Anliegen. Gehen Sie auf Wünsche und Probleme ein, wenn notwendig, auch nachfragen. Lassen Sie sich hier viel Zeit, um den genauen Kauf- bzw. Auftragswunsch zu ermitteln.

06

Erläutern Sie den Kunden mit einer ehrlichen kundenverständlichen Sprachen und an Hand von Beispielen oder Objekten die Vor- und Nachteile der Waren, Produkte oder Dienstleistungen im Hinblick auf Preis, Leistung, Qualität. Sagen Sie ihm, warum das Produkt, bzw. die Dienstleistung "A" besser ist als "B".

07

Achten Sie nach dem Angebot auf die Reaktion des Kunden. Ist sie zurückhaltend, abweisend oder bereitwillig. Reagieren Sie dann entsprechend durch Nachfragen und weiteren Erläuterungen, dabei keine Zwangsüberzeugung anstreben.

08

Den Kunden auf mögliche Preiskonditionen, Preisnachlässe, Rabatte, Skonto, Garantie und Serviceleistungen hinweisen und dabei die Kauf- oder Auftragsmotivation überzeugend aktivieren

09

Wenn Einigung erzielt wurde, dann Rechnung, bzw. Quittung ausstellen. Bei Kundenaufträgen Vertrag abschließen, danach den Inhalt erläutern und Unterschrift beider Parteien vollziehen

Storytelling

Das wichtigste Medium im Verkaufsgespräch

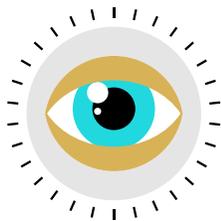
Zu keiner Zeit darf vergessen werden sich der Kundensprache anzupassen und denn auch das baut Vertrauen und Verbundenheit auf.



Benutze keine Fachbegriffe die der Kunde nicht versteht oder wenn, dann erkläre diese im selben Atemzug



Arbeiten Sie mit bildhaften Ausdrücken - das wirkt lebendig und verständlich und bleiben eher in Erinnerung. Hinterfragen Sie ob das visuelle Bild das Sie, mit Worten gemalt haben verstanden wurden ... denn *"Ein Bild sagt mehr als tausend Wort !"*



Durch visuelle Darstellung ist der Kunde aufmerksamer, gesprächiger, hat ein schnelleres Verständnis, wirkt überzeugter, wird motivierter und ist vom Produkt schneller begeistert.



Zeigen oder sprechen Sie von Beispielen die das Brautpaar sich gut vorstellen kann.

Körpersprache

EINE STIMME FÜR SICH !

HALTUNG

Eine gerade Körperhaltung signalisiert Standfestigkeit, Selbstsicherheit und dass kein auch noch so rauer Wind einen umblasen kann. Das kombiniert mit ruhigen Bewegungen, wirkt professionell und überzeugend. Es ist also immer besser, jede Art von aufgeregten, hektischen Gesten zu vermeiden.

GESTIK

Sind die Hände geöffnet, ist auch die dazugehörige Person offen. Verschränken sich die Finger ineinander, schließt sie sich nach außen ab. Noch schlimmer wird es, wenn die Finger der erst ineinander verschlossenen Hände sich plötzlich aufstellen. Dann verwandeln sie sich in eine Art von nonverbalen Waffen – ein klares Zeichen der Abwehr.

MIMIK

Blickkontakt halten um Interesse zu bekunden, jedoch nicht starren, da dies aufdringlich scheint und Unwohlsein hervorruft oder den Blick zu häufig abschweifen lassen, da dies Desinteresse oder Unsicherheit verlauten lässt. Man sollte auch nicht nur lächeln, um zu gefallen, sondern um zu zeigen, dass man zufrieden ist.

Persönlichkeitsmerkmale

Je mehr Wissen wir zur Verfügung haben, desto Sicherer bist Du im Umgang mit Kunden. Das Können wird durch Berichterstattung eigener Erfahrungswerte und Beispiele verdeutlichen. Und durch präzises Handeln in seiner Dienstleistung wird das Wissen und das Können bestätigt.



MEHR PROFESSIONALITÄT

Sei zuverlässig in Wort und Tat, das die angepriesene Qualität gewährleistet ist und die Serviceleistung nicht bemängelt werden kann, sodass die Preispolitik gerechtfertigt ist.

Sei Tolerant im Umgang mit dem Brautpaar denn Sie heiraten meistens das erste Mal und haben wenig bis kein Wissen über Ihre Möglichkeiten / Facts.

Sei dem Brautpaar kreativ aufgeschlossen in Umsetzung und Idee, denn so erlangst Du neue Erkenntnisse, Erfahrungen und ein Spektrum an Alternativen.

Sei Freundlich Konsequent und nicht schwammig in der Kommunikation deines Standpunktes und der Repräsentanz deines Unternehmens.



... die persönliche Ausstrahlung

UND BEGEISTERUNG GEGENÜBER DER BRAUTPAAR MUSS GELEBT WERDEN !

Die körpersprachliche Wahrnehmung, die Signale, die wir zeigen und die wir vom Brautpaar erhalten, unterstreichen den Eindruck einerseits und die Reaktion auf das gesprochene Wort andererseits. Die Lebendigkeit, Motivation und Dynamik sind in den Augen des Menschen zu erkennen.

BEISPIELE FÜR KÖRPERSIGNALE SIND:

- 01 ZUSTIMMUNG**
Kopf nicken, freundliche Mine aufsetzen, Augen weit geöffnet etc.
- 02 NACHDENKLICHKEIT**
Hände zum Kopf führen, wegschauen, die Nase rümpfen
- 03 ZUFRIEDENHEIT**
Hände reiben, Knie streicheln
- 04 UNSICHERHEIT**
Den Augenkontakt nicht entgegen, leise oder langsam sprechen, den Kopf einziehen
- 05 MISSTRAUEN**
Kopf weggedreht, geneigtem Kopf anschauen
- 06 AGGRESSIVITÄT**
Bei geballter Faust oder mit dem Zeigefinger gestikulieren
- 07 DESINTERESSE**
Oberkörper zurücklehnen, Arme hängen lassen, Körper abwenden die Augen gering geöffnet sind.
- 08 NERVOSITÄT**
Mit den Fingern herumsfuchteln, Finger- oder Beintrommeln
- 09 ARROGANZ**
Augenbrauen hochziehen, Hände oder Finger gegeneinander drücken

Einwandbehandlung

TROTZ EINWÄNDE ZUM GEWÜNSCHTEN ERFOLG!

Bedenken und Einwände sind die häufigsten Gründe wenn es zu keinem Verkaufs- oder Vertragsabschluss kommt. Meist fragt man sich dann wie es dazu kam oder was man falsches gesagt haben könnte, oder was man vergessen hat zu sagen.

Sobald der Kunde Bedenken, Hemmnisse, Unsicherheit und Kaufwiderstand signalisiert ist dein Geschick gefragt die richtige Überzeugungskunst und Sachkompetenz auszupacken um die Bedenken und Vorurteile des Kunden auszuräumen.

Sehe dieses Verhalten als ein positives Signal, denn der Kunde gibt dir die Möglichkeit seine Orientierungshilfe zu sein. Dabei ist es unerheblich ob seine Bedenken oder Einwände gerechtfertigt sind, oder ob es sich um Vorurteile und vorgefassten Meinungen handelt, grundsätzlich solltest Du jedem Anliegen kundenorientiert entgegenzutreten.

WELCHE EINWÄNDE SIND DIR, DEINEM PRODUKTEN GEGENÜBER BEKANNT?

WELCHE ARGUMENTE KANNST DU DEM KUNDEN LIEFERN, DIE DIE EINWÄNDE WIDERLEGEN ODER EIN BESSERES VERSTÄNDNIS FÜR PRODUKT LIEFERT ?

DER VERKAUFSABSCHLUSS

5 Abschlusstechniken

Auch hier kann dir noch ein Fehler passieren trotz bereits signalisierter Kaufbereitschaft, daher Obacht und nicht Leichtsinnig werden, denn genau jetzt solltest Du den Kunden nicht mit seinem letzten Funken Unsicherheit oder fehlender Entscheidungs-bereitschaft alleine lassen.





**WIE SOLLST DU NUN MIT DEINEM
NEUEN ERLERNTERN WISSEN
UMGEHEN?**

*„learning
by doing“*

Der Kundendialog

STEP BY STEP

1

EINSTIEG IN EINEN DIALOG

... Worauf möchte ich achten?

2

VERKAUFSINHALTE

... Worauf möchte ich achten?

3

VERKAUFSABSCHLUSS

... Worauf möchte ich achten?

Vielen Dank
für deinen Download

FOLGE UNS!



@sayyescoaching_by_jenkins



@sayyescoaching



@DeinHochzeitsbusinessCoach

**DU WILLST NOCH MEHR LERNEN?
DANN GEHE AUF**

WWW.SAYYESCOACHING.DE