



So funktioniert's

Wertfreunde verlinkte Aktionskarten - so funktioniert's

Zur Nutzung der interaktiven Elemente wird der kostenlose **Adobe Reader** © (<http://get.adobe.com/de/reader/>) benötigt.

Die grauen Icons unten links

Die grauen Icons unten links symbolisieren die zugehörigen Themen und sind mit den jeweiligen Aktionskarten verknüpft.

Das Logo unten rechts

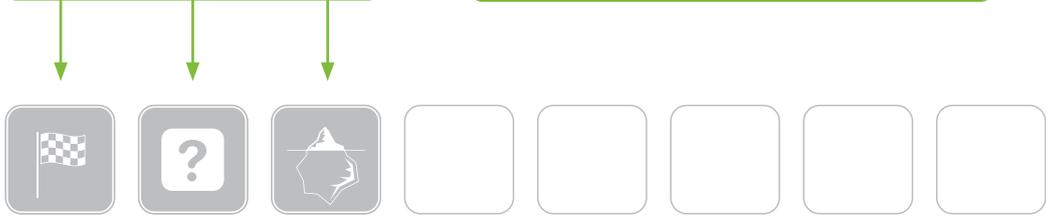
Das Logo unten rechts ist immer mit der Übersichtsseite der Icons verknüpft. So kommen Sie also von jeder Aktionskarte aus zum Anfang zurück.

Natürlich können Sie mit der normalen Navigation Ihrer Software auch einfach seitenweise vor und zurück blättern.

Link zur Aktionskarte

Und nun viel Spaß bei der Lektüre 

Link zur Iconübersicht





Iconübersicht Vertrieb

-  Das Kundenmodell
-  Der Kundenbesuch
-  Die Vorbereitung des Kundenbesuchs
-  Die Einwandbehandlung
-  Der Erstkontakt
-  Telefonische Kaltakquise
-  Konkret sein VK
-  Aktives Zuhören
-  Aufrechterhaltung unserer Dialogfähigkeit
-  Metabotschaft - verbal und nonverbal

-  Projektion, Fixation, Identifikation
-  Unser Filter
-  Unsere Wirkung auf andere
-  Vorstellung und Wirklichkeit
-  Die Empfehlung
-  Die Verhandlungsmatrix
-  Der Verkaufsprozess
-  Der Verkaufsabschluss
-  Die Gruppenverhandlung
-  Meine Verantwortlichkeiten VK

-  Die Delegation
-  Veränderungen beherrschen
-  Gebietsmanagement
-  Umsatzplanung
-  Der Eingangskorb - Sammeln
-  Durcharbeiten und entscheiden
-  Meine Hilfsmittel zur Organisation
-  Das Reflexionsgespräch
-  Vom Argument zum Nutzen
-  Fähigkeiten entwickeln

-  Die Produktpräsentation

Fachspezifische Trainings

-  Total Cost of Ownership
-  TCO-Anschaffungsphase
-  TCO-Betriebsphase
-  TCO-Verwertungsphase
-  TCO - Internes Rechnungswesen
-  TCO - Externes Rechnungswesen
-  Der Planungszyklus eines Unternehmens

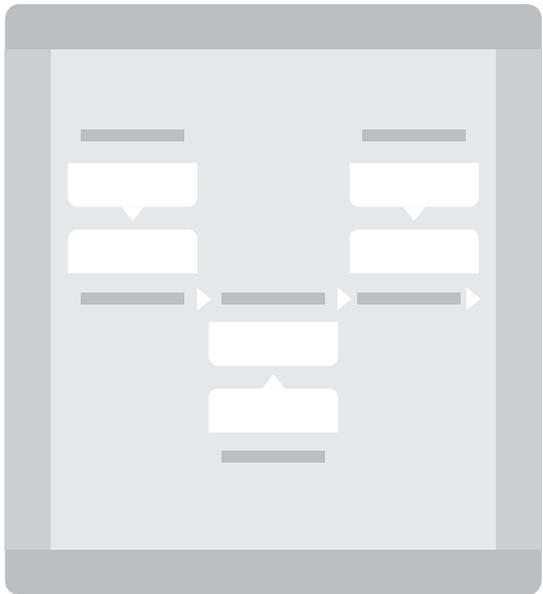


demo version

! This is a demo version of action cards with links



Das Kundenmodell



[Redacted content]



[Redacted content]



[Redacted content]

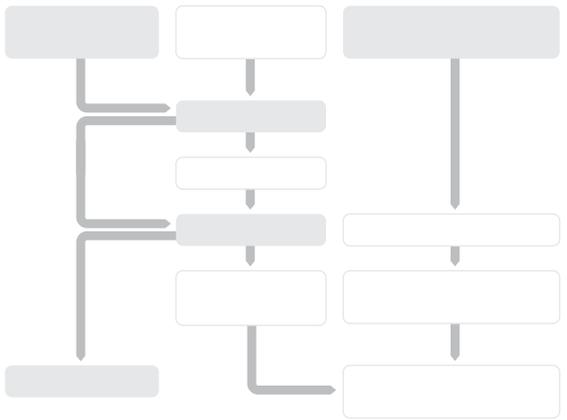


demo version

! This is a demo version of action cards with links



Aktives Zuhören



- [bar]
- [bar]
- [bar]
- [bar]
- [bar]

- [bar]
- [bar]
- [bar]
- [bar]
- [bar]



[Redacted text block]



demo version

! This is a demo version of action cards with links



Unser Filter



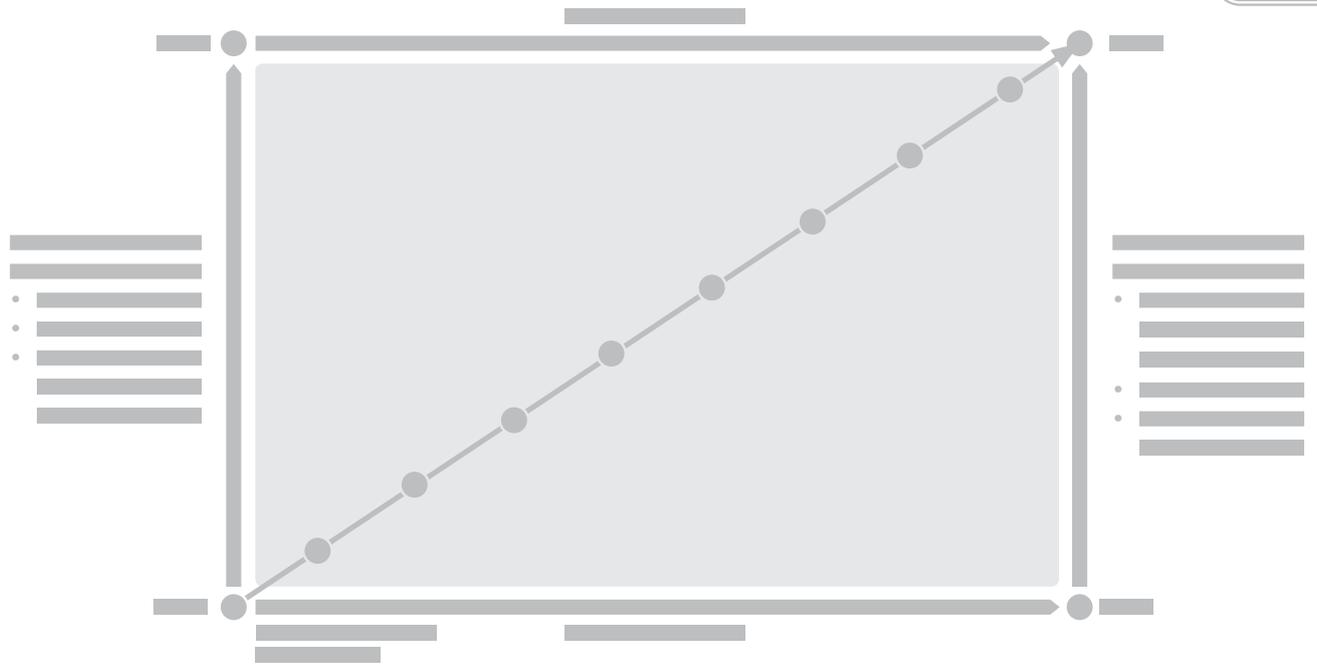


demo version

! This is a demo version of action cards with links



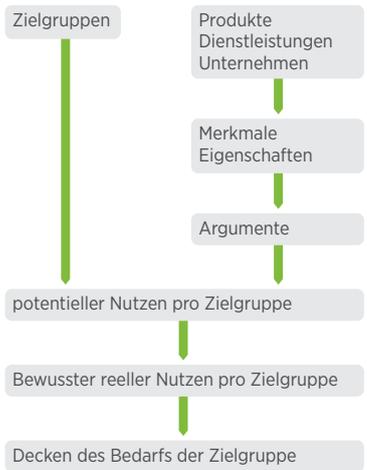
Der Verkaufsprozess





Vom Argument zum Nutzen

Der Weg zum Ziel



Unsere Fragen zur Erarbeitung

1. Welche Eigenschaften/Merkmale haben unsere Produkte / Dienstleistungen/hat unser Unternehmen?
2. Welche Argumente ergeben sich daraus?
3. Welche Zielgruppen haben im Rahmen der Wahrnehmung ihrer Verantwortlichkeiten Einfluss auf die Entscheidung bei unseren Kunden?
4. Welche potentiellen Kundennutzen ergeben sich aus unseren Argumenten für diese Zielgruppen?
5. Welche Fragen können wir stellen, um der Zielgruppe diese Nutzen bewusst zu machen bzw. zu erfahren, ob die potentiellen Nutzen für sie in ihrer spezifischen Situation reelle Nutzen darstellen?
6. Wie können wir die Fragen so begründen, dass die Zielgruppe die Beantwortung mit einem Mehrwert für sich verbindet und motiviert antwortet? (Damit ... ; Um ... zu)
7. Wie lautet nun die mehrwertbegründete, nutzenorientierte offene Frage?



Wer Verstand hat, muß sich Dummheiten erst ausdenken, bevor er sie begehen kann.
Der Spontane kommt ohne diese Vorbereitung aus.

(Prof. Querulix, deutscher Aphoristiker und Satiriker, *1946)

Wie sieht meine Vorbereitung beispielhaft aus?

1. Das Merkmal/die Eigenschaft

2. Das Argument

3. Die Zielgruppe

4. Der potenzielle Kundennutzen

5. Die offene Frage

6. Die motivierende Begründung der Frage

7. Die mehrwertbegründete, nutzenorientierte offene Frage

