

Oliver Wegners Praxis-Tipps
für Führungskräfte im Verkauf



Hier ist Rückenwind für Ihren Jahresendspurt

Ist 2014 auch für Sie ein gutes Jahr? Dann haben Sie vielleicht jetzt schon Ihre Jahresziele erreicht. Oder Sie können heute schon absehen, dass Sie alles erreichen, was Sie sich vorgenommen haben.

Aber reicht Ihnen das?

Natürlich liegt es nahe, einen Gang zurückzuschalten, wenn Sie sehen, dass die Ziele 2014 in trockenen Tüchern sind. Aber wenn es Ihnen so geht wie mir, dann kennen auch Sie dieses Gefühl und diese Neugier:

„Was ist noch mehr möglich? Wie viel können wir schaffen, selbst wenn die Ziele schon längst erreicht sind? Wie groß ist der Vorsprung, den wir uns verschaffen können?“

Wenn auch Sie deshalb jetzt im letzten Quartal des Jahres eben nicht zurückschalten, sondern – im Gegenteil – zum Schlusspurt ansetzen, gebe ich Ihnen mit dieser Ausgabe zusätzlichen Rückenwind. Und zwar in Form von fünf Fragen, die Sie sich und Ihren Mitarbeitern stellen können. Ich bin sicher:

Mit Ihren Antworten auf die fünf Fragen, die Sie auf den folgenden Seiten finden, können Sie noch mehr erreichen!

Und selbst wenn Sie die Früchte Ihres Endspruchs in 2014 nicht mehr ernten können, weil die Zeit doch zu eng wird: Die zusätzliche Anstrengung ist auf keinen Fall verloren. Dann ernten Sie die Erfolge Anfang 2015 – und legen damit den Grundstein für ein weiteres Jahr, das alle Erwartungen übertreffen könnte.

Ihr

Oliver Wegner

Den Titelbeitrag können Sie auch als
Audio-Datei zum Hören herunterladen:

www.wegner.intem.de/coaching-brief/leser-service.php



Inhalt

- Jahresendspurt 2014:
Fünf Fragen, die Sie sich jetzt stellen sollten, um Ihre Ziele 2014 noch zu übertreffen
- So bringen Sie das Gefühl von Dringlichkeit in Ihr Team – ohne Panik oder Druck
- Haben Sie eine Lieblingsfrage, die zu Ihrer Allzweckwaffe im Verkaufsgespräch werden könnte? – Zwei Vorschläge

Kontakt:

Oliver Wegner
Am Herderfeld 16 • 85445 Aufkirchen
Tel. +49.8122.8473485 • Fax: +49.8122.8472129
www.wegner.intem.de
o.wegner@intem.de



Jahresendspurt 2014: Fünf Fragen, die Sie sich jetzt stellen sollten, um Ihre Ziele 2014 noch zu übertreffen

Wenn Sie noch Anregungen suchen, um aus 2014 ein besonderes Jahr zu machen, dann empfehle ich Ihnen: Nutzen Sie die folgenden fünf Fragen, um Ihre Jahresendoffensive zu starten.

Frage 1: „Können wir unsere Kräfte noch stärker konzentrieren?“

Das ist der wahrscheinlich entscheidende Schritt, mit dem Sie im Endspurt noch einmal zusätzliche Erfolge erzielen: Fassen Sie ab sofort nur noch Arbeiten und Aufgaben an, die zum Verkaufserfolg führen. Gezieltes Verkaufs-Coaching kann dabei helfen, die Potenziale, die begrenzte Zeit und die Chancen am Ende des Jahres noch besser auszuschöpfen.

Streichen Sie – so weit wie möglich – alle anderen Aktivitäten. Gehen Sie dazu so vor:

- Identifizieren Sie – zum Beispiel gemeinsam in einem Meeting – genau die Aktivitäten, die den Verkaufserfolg vorantreiben. Hier kann jeder Mitarbeiter eigene Erfahrungen einbringen und an die Kollegen weitergeben.
- Ab sofort und bis zum Ende des Jahres stehen dann nur noch genau diese erfolgversprechenden Aktivitäten auf den Wochen- und Tagesplänen Ihrer Mitarbeiter. Alles andere, was nicht unbedingt notwendig ist, kann liegen bleiben. Hilfreich dabei: Stellen Sie bei jeder Aktivität, die nicht gezielt mit Verkauf zu tun hat, die Frage: „Was passiert, wenn wir es nicht tun?“ Sind keine dramatischen Konsequenzen zu erwarten, lassen Sie diese Aufgabe einfach zugunsten von aktiver Verkaufszeit weg.
- Optimieren Sie auch die Besuchsplanung der verbleibenden Wochen. Erledigen Sie Besuche bei C-Kunden oder zeitfressende Gespräche, von denen Sie nicht allzu viel erwarten, per Telefon. Verwenden Sie die wertvolle Zeit ausschließlich für A-Kunden und vielversprechende Kundenbesuche.

Frage 2: „Können wir ehemalige Kunden reaktivieren?“

Ehemalige Kunden kennen Ihr Unternehmen und Ihre Produkte bereits. Sie müssen deshalb beim Verkauf nicht ganz von vorn beginnen – so wie bei den meisten Neukunden. Das heißt: Hier können Sie möglicherweise schneller zum Abschluss kommen als mit einem neuen Kunden. Diesen Zeitvorteil können Sie im Jahresendspurt nutzen:

- Schauen Sie zurück, welche Kunden Sie in 2014 und gegebenenfalls auch schon in 2013 verloren haben und welche geräuschlos abgewandert sind.
- Schnüren Sie ein spezielles Wiedereinstiegsangebot: beispielsweise ein günstiges „Willkommen-zurück-Paket“ mit besonderem Service-

Extra-Tipp:

Wenn sie besondere Anstrengung von ihren Mitarbeitern erwarten, machen viele Führungskräfte immer wieder einen Fehler: Sie sprechen in der Regel mit den schwächeren Mitarbeitern, die deutlich zurückhängen. Beispiel: Der Mitarbeiter, der wenige Monate vor Ende des Jahres erst 50 oder 60 % seines Solls erreicht hat, bekommt Druck oder Unterstützung, damit er es doch noch schafft. Die Vorgaben werden also immer den Schwächeren gemacht. Versuchen Sie es einmal andersherum: Schaffen Sie einen Anreiz für die Stärkeren, 120 oder 130 % statt 100 % zu erreichen. Die Erfahrung zeigt, dass diese Strategie oft mehr bringt!

Mein Extra-Service:
Suchen Sie noch mehr Anregungen für Ihren Jahresendspurt? Dazu habe ich eine einseitige Schnellstarter-Checkliste für Sie zusammengestellt (mehr dazu auf Seite 6).

Bonus oder einem attraktiven Geschenk, das Ihre Kunden bei einem neuen Vertragsabschluss erhalten.

Frage 3: „Können Sie einen Auftrag doch noch bekommen?“

Das ist eine ähnliche Strategie wie bei Frage 2. Jedoch sprechen Sie hier nicht ehemalige Kunden an, sondern die, die Sie in den vergangenen Jahren gar nicht erst gewinnen konnten. Auch hier gibt es Potenziale, die Sie möglicherweise schneller erschließen können, als einen Neukunden zu gewinnen. Gehen Sie so vor:

- Machen Sie eine Liste der Aufträge, die im letzten Moment an einen Mitbewerber gegangen oder aus einem anderen Grund nicht zustande gekommen sind. Nehmen Sie Kontakt zu den interessantesten dieser möglichen Kunden auf und stellen Sie Fragen wie: „Wie läuft es mit dem Mitbewerber?“
- Im günstigsten Fall rufen Sie genau im richtigen Moment an, weil der Kunde mit dem anderen Lieferanten nicht zufrieden ist oder erste Probleme aufgetaucht sind.

Frage 4: „Nutzen wir alle Chancen für Zusatzverkäufe?“

Den Umsatz pro Verkauf durch Zusatzverkäufe bzw. Cross-Selling zu erhöhen ist jetzt im Jahresendspurt besonders wertvoll. Doch wie erzielen Sie zusätzliche Verkäufe? Die Antwort lautet: Schnüren Sie Pakete! Wenn Sie diese Strategie noch nicht ausprobiert haben, ist jetzt die richtige Gelegenheit dazu. Folgendes Vorgehen hat sich dabei bewährt:

- Verkaufen Sie ein Themenpaket statt eines einzelnen unabhängigen Produkts. Beispiel: „Sicherheit“. Der Computerhersteller bietet nicht nur die Festplatte zur Datensicherung, sondern die dazu passende Back-up-Software und zusätzlich eine Lösung für die externe Cloud-Datenspeicherung für den Fall der Fälle. Oder die Versicherung bietet ein komplettes Rundum-Sorglos-Paket statt einer einzelnen Reiserücktrittsversicherung.
- In der Praxis hat es sich erwiesen, dass Sie am besten drei Pakete schnüren: ein Mini-, ein Midi- und ein Maxipaket. Oder: ein Einsteiger-, ein Profi- und ein Premiumpaket. Sorgen Sie dann dafür, dass das mittlere Paket für den Kunden und für Sie am interessantesten ist. Denn die meisten tendieren bei der Auswahl zum Mittelweg.

Frage 5: „Können wir drohende Preissteigerungen nutzen?“

Müssen oder wollen Sie in 2015 die Preise erhöhen? Etwa weil Ihre Einkaufs- oder Rohstoffpreise in die Höhe gehen?

Das ist möglicherweise eine schlechte Nachricht für Ihre Kunden, die Sie aber gut im Jahresendspurt nutzen können, um kurzfristig den Verkauf anzukurbeln. Starten Sie dazu eine Aktion nach dem Motto: „Jetzt nur noch für kurze Zeit zum alten Preis!“

- Kündigen Sie allen vorhandenen und ehemaligen Kunden sowie Interessenten aus Ihrer Kartei an, dass Sie am 1.1.2015 die Preise erhöhen werden.
- Machen Sie dazu ein Angebot wie dieses: „Wer sich jetzt noch eindeckt oder jetzt schon feste Aufträge für 2015 erteilt, bekommt noch die alten Preise von 2014.“

Wichtig bei einer solchen Aktion ist, dass die Preiserhöhung auch wirklich erfolgt, sonst steht die Glaubwürdigkeit auf dem Spiel.

25 Jahre **IN**tem®

Trainings – Workshops – Vorträge

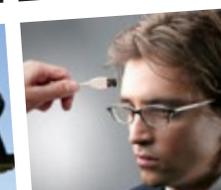
Fundierte Fortbildung zum Spartarif

Wer einen wirklich fundierten und mitreißenden Vortrag für seine Mitarbeiterfortbildung oder den Firmenevent buchen wollte, der musste bisher tief in die Tasche greifen. In diesem Jahr ist das anders:

Wir feiern 25-jähriges Bestehen und bieten Ihnen Trainings, Workshops und Vorträge mit einem unschlagbaren Preismodell: **25,00 € pro Person.**

Damit haben Mitarbeiter von Unternehmen oder auch kleine Arbeitsgruppen die Chance, sich neue Impulse für den Vertrieb oder die Mitarbeiterführung von Top-Spezialisten zu holen. Gebucht werden können Vorträge, Workshops und Trainings zu so aktuellen Themen wie: Fördermaßnahmen der EU (ESF) in der Gesundheitsbranche, bzw. KMU und deren Nutzen für die Unternehmen im Bereich Mitarbeiterentwicklung/HR mit Katja Häffner.

Auch das aufsehenerregende aktuelle Training von INtem®-Gründer Helmut Seßler: „Kopf denkt, Bauch lenkt – wie Menschen wirklich entscheiden“ ist buchbar.



www.intem.de/25jahre

25 Jahre **IN**tem[®]

Die Evolution im Vertrieb und Verkauf: SALESPRENEURSHIP[®] – Der Paradigmenwechsel



Kein klares Berufsbild. Zumeist keine Ausbildung. Wenig gesellschaftliche Reputation - und trotzdem der entscheidende Hebel für unser Wirtschaftswachstum und persönliches Glück?! Was sind das für Menschen, die sich freiwillig einen Arbeitsplatz unter diesen Bedingungen aussuchen?

Erfahren Sie in diesem Vortrag, welche Bedeutung Verkäufer und Vertriebler für unser tägliches Leben haben und warum Verkaufen im Ursprung absolut menschlich ist. Oliver Wegner erläutert zudem, weshalb Anpassung zur Differenzierungsstrategie wird und was eine Umgebung für gesundes und verantwortungsvolles Wachstum braucht.

VORTRAG



Der Referent: Oliver Wegner

„Oliver Wegner – ein charismatischer Redner. Er strahlt Kompetenz und Professionalität aus und hat mich mit seinem temperamentvollen, witzigen, bisweilen provokativen Stil in der Sache begeistert.“

Ihm gelingt es, das Publikum auf eine Reise mitzunehmen, die den Einzelnen dazu inspiriert, den Vertrieb in innovative, noch erfolgreichere Bahnen zu lenken.“

Jürgen Peters, BVMW – Bundesverband mittelständischer Wirtschaft

**Sie möchten weitere Infos zu diesem Event?
Ihr direkter Draht zum Referenten Oliver Wegner:**



+49 8122 8473485



o.wegner@intem.de

**Termin &
Anmeldung**



Anmeldung zum INtem® Jubiläumsevent

Die Evolution im Vertrieb und Verkauf:

SALESPRENEURSHIP® – Der Paradigmenwechsel

per Fax an +49 8122 8472129

Rechnungsadresse

Name

PLZ, Ort, Straße

Ggf. Firma

E-Mail

Ort, Datum, Unterschrift

Bitte die Anzahl der Personen eintragen

**25,00 € inkl. MwSt.
pro Person**

Bitte Termin auswählen

22.01.2015, 19:07 - 21:30 Uhr in München

 Mobile-Tag
**Anmeldung
zum Event**

Namen der teilnehmenden Personen:



Jetzt schnell und einfach
über Ihr Smart Phone
anmelden!

oder über
www.wegner.intem.de/checkin

Melden Sie sich jetzt zum Jubiläumsangebot für 25,00 EUR inkl. MwSt. zu dieser Veranstaltung direkt beim INtem®-Partner Oliver Wegner an. Sie erhalten dann von Oliver Wegner eine verbindliche Bestätigung für Ihre Anmeldung, die Rechnung und den genauen Veranstaltungsort.

Partner der INtem®-Gruppe


IntervallSystem
Die Stufen zu mehr Vertriebs Erfolg

Vertragspartner

Oliver Wegner
Partner der INtem®-Gruppe Web: www.wegner.intem.de
Am Herderfeld 16 E-Mail: o.wegner@intem.de
85445 Aufkirchen Telefon: +49 81228473485
Deutschland Fax: +49 81228472129

Impressum:

Herausgeber und Copyright: INtem® Trainergruppe Seßler & Partner GmbH, Mallaustr. 69-73, 68219 Mannheim.
Fotos: © Coloures-pic - Fotolia.com
Alle Rechte vorbehalten. Text, Bilder, Grafiken sowie deren Anordnung unterliegen dem Schutz des Urheberrechts und anderer Schutzgesetze. Der Inhalt dieses Dokuments darf nicht zu kommerziellen Zwecken kopiert, verbreitet, verändert oder Dritten zugänglich gemacht werden. Einige Seiten enthalten Bilder, die dem Copyright Dritter unterliegen.

Als verantwortungsvolle Führungskraft setzen Sie Ihre Mitarbeiter nicht unnötig unter Druck. Sie wissen, wie schädlich Angst, Überdross oder gar Burn-out für den Mitarbeiter persönlich und damit für den Erfolg des Teams sind. Aber auf der anderen Seite gibt es diese Situationen, in denen Sie Dringlichkeit vermitteln wollen und Schnelligkeit von Ihren Mitarbeitern erwarten. Dann ist Fingerspitzengefühl gefragt.

So bringen Sie das Gefühl von Dringlichkeit in Ihr Team – ohne Panik oder Druck

Wenn Sie besonders wichtige Projekte haben oder schnell gute Ergebnisse brauchen, stehen Sie vor der Frage: Wie vermitteln Sie diese Dringlichkeit, ohne schädlichen Druck zu erzeugen? Drei Tipps helfen Ihnen in dieser Situation weiter.

Tipp 1: Steigen Sie persönlich stärker ein

Zeigen Sie als Führungskraft mehr Präsenz, wenn eine wichtige Zeit oder ein wichtiges Projekt ansteht. Überprüfen Sie Ihren Terminkalender, streichen Sie unwichtige Termine und delegieren Sie noch mehr Routine-Aufgaben, um möglichst viel Zeit mit Ihrem Team zu verbringen und als Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen.

Allein Ihre Anwesenheit und die damit verbundene höhere Teilnahme vermitteln Ihren Mitarbeitern, dass im Moment eine wichtige Phase ist.

Tipp 2: Intensivieren Sie die Kommunikation

Alternativ oder zusätzlich zu Punkt 1 können Sie die Kommunikation intensivieren. Ein einfaches Beispiel macht deutlich, was gemeint ist:

Normalerweise berichten Ihre Mitarbeiter beim wöchentlichen Meeting davon, wie sie mit wichtigen Kunden vorankommen, was der letzte Besuch ergeben hat und was die nächsten Schritte sein werden. Wenn die Sache wichtig ist, schalten Sie auf sofortige Kommunikation um:

Rufen Sie den Mitarbeiter direkt nach dem Treffen mit dem Kunden an. Lassen Sie sich berichten, wie es gelaufen ist. Fragen Sie auch, ob Sie etwas tun oder Unterstützung zur Verfügung stellen können, um die Sache so schneller oder sicherer unter Dach und Fach zu bekommen.

Wichtig dabei ist: Setzen Sie eine solche intensive Kommunikation nur gezielt und zeitweise ein, wenn es wichtig ist und sie den Mitarbeiter tatsächlich unterstützen kann. Wer die Sache übertreibt und dauerhaft immer wieder nachhört, kann bei den Mitarbeitern das unangenehme Gefühl der Überwachung auslösen.

Tipp 3: Holen Sie einen externen Coach

Mit einem externen Berater oder Coach für einzelne, besonders wichtige Projekte oder Phasen holen Sie sich nicht nur wertvolles Know-how. Die Sache hat noch einen wichtigen Zusatzeffekt:

Natürlich möchte jeder Mitarbeiter vor dem Coach gut dastehen und sich von seiner besten Seite zeigen – Sie können also damit rechnen, dass Ihre Mitarbeiter sich in dieser Phase noch einmal mehr anstrengen und konzentrierter arbeiten.

Extra-Tipp:

Wenn Sie Ihren Mitarbeitern das Gefühl von Dringlichkeit vermitteln wollen und eine höhere Schnelligkeit in Ihr Team bringen möchten, halten Sie sich an diese Devise: Vermeiden Sie alles, was Hektik oder Angst erzeugen kann. Stärken Sie dagegen alles, was die Konzentration auf das Ziel fördert.

Mit einer einzigen Frage können Sie den Verlauf eines ganzen Verkaufsgesprächs vorherbestimmen – wenn es die richtige Frage ist. Hier sind zwei dieser Fragen, die schnell zu Ihrer persönlichen Allzweckwaffe werden können.

Haben Sie eine Lieblingsfrage, die zu Ihrer Allzweckwaffe im Verkaufsgespräch werden könnte? – Zwei Vorschläge

Das passiert jedem, der im Verkauf arbeitet: Sie sitzen im Verkaufsgespräch bei einem Kunden, aber kommen einfach nicht weiter. Oder Sie haben ein Blackout. Oder Ihr Gesprächspartner wirkt besonders missmutig. Oder das Gespräch will aus irgendeinem anderen Grund nicht richtig in Fahrt kommen ...

Dann ist es gut, wenn Sie eine Frage haben, die immer funktioniert. Eine Frage, die den Kunden zum Reden bringt und das Zeug dazu hat, das Verkaufsgespräch in die gewünschte Richtung zu lenken. Haben Sie schon eine solche Frage, die Ihre persönliche Allzweckwaffe ist? Hier sind zwei, die Sie auf jeden Fall testen sollten:

Extra-Tipp:

Schaffen Sie sich ein Repertoire von solchen Allzweckwaffen-Fragen. Wann immer Sie mit einer bestimmten Frage eine gute Reaktion erzeugt haben, notieren Sie sich diese Frage und probieren Sie sie bei anderen Kunden aus. So kristallisieren sich Ihre Favoriten heraus.

Ihre erste Allzweckwaffen-Frage:

„Nur aus Neugierde: Warum haben Sie mich eingeladen?“

Diese Frage können Sie eigentlich immer gut zu Beginn eines Verkaufsgesprächs stellen. Richtig wertvoll ist sie dann, wenn zu Beginn das Eis nicht brechen will, wenn der Kunde abweisend erscheint oder der Small Talk nicht funktioniert. Fragen Sie dann, warum der Kunde Sie eingeladen hat. Wichtig: Stellen Sie die Frage nicht sarkastisch („Warum haben Sie mich überhaupt eingeladen?“), sondern immer ehrlich neugierig. Der Effekt dann:

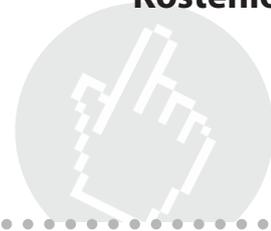
Der Kunde wird als Antwort zumindest teilweise preisgeben, was er sich von Ihnen erhofft. Er gibt Hinweise auf seine Wünsche. Und schon sind Sie da, wo Sie hinwollten: Der Kunde berichtet von seinen Wünschen oder Problemen – und Sie hören zu! Sie sind der Berater, der die Probleme lösen kann!

Tipp: Häufig hören Sie auf diese Frage natürlich zunächst eine Antwort wie: „Sie wollten doch unbedingt den Termin! Sie haben doch fünfmal angerufen, bis ich endlich okay gesagt habe!“ Lassen Sie sich davon nicht irritieren. Entgegenen Sie in diesem Sinne: „Richtig, ich musste mich ziemlich anstrengen! Und dann haben Sie okay gesagt und mich eingeladen. Warum haben Sie sich dafür entschieden, Ihre Zeit zu opfern?“

Ihre zweite Allzweckwaffen-Frage:

„Sind Sie eigentlich zu 100 % zufrieden mit ...?“

Das ist eine gute Frage, wenn Sie einen möglichen Kunden am Telefon haben oder ihm bei einer Veranstaltung begegnen. Der Kunde scheint interessant – aber offensichtlich ist er leider schon an einen Ihrer Mitbewerber vergeben. Dann stellen Sie die Frage, ob er zu 100 % zufrieden ist. Natürlich ist er das in der Regel nicht! Denn wer ist schon mit etwas zu 100 % zufrieden?! Der Kunde wird Ihnen also wahrscheinlich das Haar in der Suppe nennen – und genau das ist ein prima Einstieg für Sie, an dem Sie eine bessere Lösung anbieten können.



Schnellstarter-Checkliste: So verbessern Sie kurzfristig Ihre Chancen im Verkauf

Suchen Sie noch nach Möglichkeiten, um kurzfristig mehr Abschlüsse zu erzielen und Blockaden abzubauen? Dann nutzen Sie die einseitige Schnellstarter-Checkliste, die ich für Sie zusammengestellt habe. Mit nur drei Punkten und insgesamt 18 Fragen finden Sie damit garantiert wertvolle Ansatzpunkte für eine sofortige Optimierung und zur weiteren Verbesserung Ihrer Ergebnisse im Verkauf.

Klicken Sie hier, um die Schnellstarter-Checkliste anzufordern.

www.wegner.intem.de/coaching-brief/leser-service.php

Oder schicken Sie den folgenden Coupon ausgefüllt an meine Fax-Nummer.

Fax +49.8122.8472129

Ja, bitte senden Sie mir die Schnellstarter-Checkliste kostenlos zu.

Vorname/Name

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

E-Mail-Adresse

Ich habe eine Frage zu diesem Coaching-Brief – bitte rufen Sie mich dazu an! Sie erreichen mich am besten:

Datum

Zeit

Tel.-Nr.

Tun Sie einem Freund oder Bekannten etwas Gutes! Tragen Sie hier Namen und E-Mail-Adresse eines Freundes oder Bekannten ein. Dann sende ich ihm diese Ausgabe des Coaching-Briefs mit einem freundlichen Gruß von Ihnen:

Vorname/Name

E-Mail-Adresse