VERKAUF COACHING-BRIEF
01
2016

Oliver Wegners Praxis-Tipps
für Führungskräfte im Verkauf

Welcher dieser Trends 2016 verändert Ihre Zukunft?

Können Sie sich vorstellen, der Star-Moderator in Ihrer eigenen TV-Show zu sein? Oder haben Sie schon einmal daran gedacht, Ihre Telefonanrufe von einem Roboter erledigen zu lassen?

Das sind nur zwei in einer ganzen Reihe von neuen Trends und Möglichkeiten, die jeder Verkäufer kennen sollte – das Verblüffende dabei: Diese Trends sind keine Zukunftsmusik, sondern jetzt schon Wirklichkeit. Wenn Sie einen Eindruck davon bekommen, was in den nächsten Jahren auf Sie zukommt, schauen Sie sich die Trends 2016 an, die ich Ihnen auf den folgenden Seiten zusammengestellt habe.

Es gibt Unternehmer und Verkäufer, die sich um Trends nicht weiter kümmern und Jahr um Jahr einfach so weitermachen wie immer. Das kann eine Weile gutgehen, wenn das Unternehmen herausragende Produkte oder Dienstleistungen anbietet und verkauft, für die es keine oder nur wenige Alternativen gibt.

Doch irgendwann kommt bei jedem dieser Unternehmen der Moment des Erwachens, in dem die aufgeschreckten Mitarbeiter erkennen, dass sie die aktuellen Trends und die Stimmungen der Kunden verschlafen haben. Erst wenn die Umsätze in den Keller rauschen, bricht die Panik aus.

Deshalb ist die Beschäftigung mit aktuellen Trends im Verkauf, im Marketing oder im Verhalten der Kunden mehr als eine spannende Feierabend-Lektüre. Es geht darum, den Kunden, seine Welt und sein Verhalten im Auge zu behalten. Als Verkäufer wissen Sie: Das ist einer der entscheidenden Schlüssel für den dauerhaften Erfolg.

Ihr

Oliver Wegner

Oliver Wegner

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

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

Inhalt

- Fünf Trends 2016, die jeder Verkäufer kennen sollte
- Drei Fehler, die Ihren Erfolg am Telefon bedrohen können
- Die Pizza-Regel, mit der Amazon sicherstellt, dass Teams funktionieren

Kontakt:

Oliver Wegner
evolutionplan GmbH
Freisinger Str. 13 • 85737 Ismaning/München
Tel. +49.89.2094-9580 • Fax: +49.89.2094-5501
www.evolutionplan.de
o.wegner@evolutionplan.de

Vielleicht ist nicht jeder einzelne der aktuellen Trends für Sie in Ihrem Alltag als Verkäufer wichtig: Aber wenn Sie sich die Trends anschauen, die ich Ihnen hier zusammengestellt habe, werden wahrscheinlich auch Sie sehen: Es gibt einige spannende Entwicklungen, die viele noch als Zukunftsmusik ansehen, die aber jetzt schon an manchen Orten Wirklichkeit im Verkauf sind.

Fünf Trends 2016, die jeder Verkäufer kennen sollte

Trend 1: Werden Sie zum Ersthelfer beim Informations-Schock

Dass es eine Informationsflut gibt, die den Einzelnen zunehmend überfordert, ist seit Jahren beinahe ein Allgemeinplatz. Doch das Ausmaß der Informationsüberflutung und -überforderung übertrifft immer deutlicher die Befürchtungen und wird zu einem der wichtigsten Trends. Zukunftsforscher sprechen bereits vom Informations-Schock. Die Informationen, die das heute bereits unüberschaubare Internet zur Verfügung stellt, sollen nach aktuellen Schätzungen in den kommenden fünf Jahren um weitere 500 Prozent wachsen. Für Marketing und Verkauf ist das eine Herausforderung und Chance zugleich:

- **Die Herausforderung:** Es wird für jedes Unternehmen und für jeden einzelnen Verkäufer schwieriger, sich Gehör zu verschaffen und die Aufmerksamkeit des Kunden zu gewinnen. Wer mit Botschaften kommt, die nicht herausstechen, hat immer weniger Chancen, überhaupt wahrgenommen zu werden. Offensichtliche Originalität und sofort erkennbarer Nutzen werden deshalb immer wichtiger.
- **Die Chance:** Sie als Verkäufer, Berater und Begleiter des Kunden können zur Rettungskraft in der Informationsflut werden. Durch wertvollen Content auf den Internetseiten des Unternehmens, hilfreiche Newsletter und kompetente Beratung können Sie Ihrem Kunden zumindest auf Ihrem Fachgebiet den Überblick geben, den er in der Informationsflut zu verlieren droht.

Extra-Tipp:

Nach den Generationen X und Y, von denen die Trendforscher in den vergangenen Jahren gesprochen haben, wächst jetzt eine weitere heran: die Generation Selfie, benannt nach dem Selbstportrait per Smartphone, das junge Menschen gern täglich mehrmals machen und sofort öffentlich teilen. Selbstverliebtheit, Narzissmus, Selbstoptimierung sind Verhaltensweisen, denen auch Verkäufer immer häufiger begegnen. Unternehmen, die junge Kunden wie Stars oder Promis behandeln und eine Bühne für die fotogene Selbstinszenierung in jeder Lebenslage liefern, nutzen den Trend geschickt für sich.

Trend 2: Die virtuelle Realität kommt

Das Jahr 2016 wird den Durchbruch einer neuen Produktkategorie bringen, die den Medienkonsum verändern wird: Die Rede ist von Virtual-Reality-Brillen (VR-Brillen). Das sind die (noch) etwas klobigen Brillen mit eingebauten Mini-Bildschirmen, die dem Träger das Eintauchen in eine künstliche Realität (= virtual reality) ermöglichen – mit Rundumsicht bei Bewegungen des Kopfs und dreidimensionaler Darstellung. Erste Einsatzmöglichkeiten sind Computerspiele, doch clevere Firmen haben die neue Technik bereits jetzt für den Verkauf entdeckt. Beispiele:

- Eine Fluggesellschaft filmt den Service in der ersten Klasse ihres Jets mit einer 360-Grad-rundum-Kamera. Wer diesen Film mit einer VR-Brille betrachtet, hat ein überraschend wirklichkeitsnahes Gefühl, selbst an Bord zu sein.
- Immobilienfirmen erstellen VR-taugliche Filme von Wohnungen, Häusern oder Geschäftsräumen. Wer eine Brille hat, kann dann durch die Räume wandern, ohne das eigene Wohnzimmer zu verlassen.

➜

Trend 3 : Werden Sie zum Star in Ihrer eigenen Show

Können Sie sich vorstellen, Star Ihrer eigenen Fernseh-Show zu werden? Möglich ist das jetzt immer einfacher – sogar beinahe ohne Kosten und Aufwand, nur mit Smartphone und Internet. Apps wie „Meerkat" erlauben es, jedes beliebige Ereignis mit der Smartphone-Kamera zu filmen und live übers Internet an Freunde zu übertragen. Bestimmt fallen auch Ihnen schnell Möglichkeiten ein, wie Sie diese Technik im Verkauf und im Kundenservice nutzen können:

- Sie veranstalten eine Produktpräsentation in Ihrem Hause? Übertragen Sie Ihre Veranstaltung live für Ihre Kunden und Interessenten. Das hat seinen Reiz und könnte sogar mehr Aufmerksamkeit bringen, weil die Teilnahme jetzt ohne teure und zeitaufwendige Anreise möglich ist.
- Starten Sie Produktschulungen per Live-Video für Neukunden. Oder ermöglichen Sie den Kunden, Fragen zu stellen, die Sie dann live im Video am Produkt beantworten.

Trend 4: Ihr neuer Kollege könnte ein Roboter sein

Die Fortschritte in der künstlichen Intelligenz und der Roboter-Technik haben in den vergangenen Jahren eine überraschende Dynamik gewonnen. Nach einer Berechnung der Bank ING-DiBa werden in den kommenden Jahren und Jahrzehnten in Deutschland 18 Millionen Arbeitsstellen – also rund die Hälfte aller Jobs – von Robotern und intelligenten Computern übernommen. Und das ist keine Zukunftsmusik, diese Entwicklung hat begonnen – auch im Verkauf und im Kundenservice:

- In der kanadischen Stadt Surrey übernehmen intelligente Sprachcomputer heute bereits Teile des Bürgerservice: Die Einwohner sprechen ihre Frage wie „Wann wird bei mir der Müll abgeholt?" in eine App auf dem Smartphone. Die Frage wird dann an den zentralen Computer übermittelt, der die Antwort zurückschickt.

Das heißt für Sie: Behalten Sie den Trend im Auge. Möglichkeiten ergeben sich für Sie eventuell auch aus einem Gegentrend, der sicher bald kommen wird. Bieten Sie dann nach wie vor Service von und für Menschen, damit sich Ihre Kunden sicher sein können, dass sie bei Ihnen niemals an einen kalten Computer geraten, wenn sie bei Ihnen anrufen.

Trend 5: Ein guter Name entscheidet

Die Kunden und Entscheider von morgen werden noch stärker auf Marken achten als die von heute. Das ist eine wichtige Konsequenz aus einer aktuellen Studie der Unternehmensberatung PricewaterhouseCoopers. Beispielsweise bei Elektrogeräten sagen 72 Prozent aller Verbraucher, dass ihnen Markenqualität wichtig oder sehr wichtig ist. In der Gruppe der 16- bis 24-Jährigen sind es dagegen volle 88 Prozent. Angesichts der (in Trend 1 genannten) Informationsüberflutung orientieren sich die jungen Kunden immer stärker an der Marke. Sie verlassen sich darauf, dass sie hier gute Qualität bekommen, ohne sich durch den Informations- und Meinungswust kämpfen zu müssen.

Das heißt für Sie: Investieren Sie verstärkt in den Aufbau Ihrer Marke in Ihrer Branche oder Ihrer Nische. Wer keinen Namen hat, läuft in Zukunft noch stärker Gefahr, ohne weitere Prüfung als No-Name-Anbieter abgetan zu werden.

Extra-Tipp:

Behalten Sie auch die Megatrends im Auge, die seit Jahren den Verkauf beeinflussen. Einer der wichtigsten: Die Kunden werden immer älter. Die Gruppe 50 plus schrumpft – 60 plus gewinnt und wird für die Produktentwicklung, Service und Kundenansprache immer bedeutender. Wichtig dabei: Diese reifen Kunden wollen nicht wie Senioren behandelt werden, fühlen sich aber auch von jugendlicher Werbung nicht mehr angesprochen. Große Unternehmen wie etwa Apple setzen deshalb vermehrt auf eine alterslose Kundenansprache.

Das Telefon erlebt im Verkauf und Service ein Revival. Viele Verkaufsteams steigern die Effizienz und reservieren persönliche Besuche für „niedrig hängende Äpfel", also besonders aussichtsreiche Kunden oder Interessenten. Für alle anderen muss das Telefon reichen. Wenn auch Sie in 2016 stärker das Telefon nutzen wollen, vermeiden Sie diese drei häufigen Fehler bei Verkauf und Terminvereinbarung.

Drei Fehler, die Ihren Erfolg am Telefon bedrohen können

Fehler 1: Entschuldigungen

Ein ungebetener Anruf kann nerven und ist selten willkommen – das weiß auch jeder, der den Hörer zur Hand nimmt, um Kunden zu gewinnen oder Termine zu vereinbaren. Um die Reaktion des Kunden abzumildern oder vorwegzunehmen, ist manch ein Verkäufer aus Angst vor der harschen Reaktion unterwürfig: Er entschuldigt sich sofort für den Anruf oder rechtfertigt die Störung, bevor er mit dem Verkauf beginnt.

Das geht jedoch in der Regel nach hinten los. Wer sich ungefragt entschuldigt oder rechtfertigt, braucht nur länger, um auf den Punkt zu kommen, und strapaziert die Geduld des angerufenen Kunden unnötig zusätzlich.

Tipp: Rufen Sie stets mit einem gesunden Selbstbewusstsein beim Kunden an. Gehen Sie mit der Überzeugung ins Gespräch, dass Sie etwas Gutes für den Kunden haben. So kommen Sie schneller zur Sache, was auch für den Kunden von Vorteil ist.

Wichtig:

Beachten Sie bei der Telefonakquise stets die strengen Vorschriften, die beispielsweise Anrufe bei Privatkunden ohne ausdrückliches Einverständnis verbieten. Holen Sie sich vor dem Start von Telefonmarketing-Aktionen am besten eine Beratung durch einen Spezialisten, der Ihnen zeigen kann, was möglich ist und was nicht.

Mein Extra-Service:
Nutzen Sie auch meine Insider-Tipps von Telefon-Profis, die ich kostenlos für Sie vorbereitet habe. Die Tipps können Sie über den Link oder das Formular auf Seite 6 anfordern.

Fehler 2: Zu viel reden

Zu viel zu reden – das ist stets eine Gefahr im Verkaufsgespräch. Am Telefon kann es noch schnell passieren, besonders dann, wenn der Kunde wortkarg reagiert und der Verkäufer versucht, ein unangenehmes Schweigen gar nicht erst aufkommen zu lassen. Doch Achtung: Wenn der Verkäufer zu viel redet, kann das Eis beim Kunden nicht brechen. Der Verkäufer wird zu wenig über den Kunden erfahren und ihn möglicherweise mit Nutzenargumenten überschütten, die für diesen speziellen Kunden nicht relevant sind.

Tipp: Legen Sie beim Telefontraining den Schwerpunkt auf die Fähigkeit, am Telefon schnell das Eis zu brechen, eine gute Atmosphäre zu schaffen und den Kunden zum Reden zu bringen. Testen Sie unterschiedliche Einstiege, und halten Sie fest, was funktioniert.

Fehler 3: Zu hohe Erwartungen

Für Stress und Enttäuschung sorgen immer wieder zu hohe Erwartungen: Wer sofort beim ersten Anruf Verkäufe erzielen will oder bei unqualifizierten Kunden eine sofortige Terminvereinbarung erwartet, programmiert Misserfolge oft vor.

Tipp: Arbeiten Sie auch im Telefonverkauf mit der bewährten Mini-/Midi-/Maxi-Methode:

- Setzen Sie sich ein Maximal-Ziel, das Sie erreichen können, wenn alles perfekt läuft (Beispiel: Sofortverkauf),
- ein Normal-Ziel (Beispiel: Termin für die Präsentation vereinbaren),
- und ein Minimal-Ziel (Beispiel: Einverständnis für den Anruf zu einem späteren Zeitpunkt mit Termin und Uhrzeit).

01
2016

Wenn Sie häufiger Teams zusammenstellen, haben bestimmt auch Sie schon die Erfahrung gemacht: Manche Teams erreichen ihre Ziele schnell und reibungslos, andere beschäftigen sich nur mit sich selbst und bleiben stecken. Mit einigen Erfolgsregeln für die Praxis können Sie die Erfolgswahrscheinlichkeit steigern.

Die Pizza-Regel, mit der Amazon sicherstellt, dass Teams funktionieren

Beim Internet-Giganten Amazon gibt es eine Regel für die Zusammenstellung von Teams, die sich besonders leicht merken lässt:

> **Wenn Sie ein Team für ein Projekt zusammenstellen und gute Ergebnisse erzielen wollen, sollte das Team nur so groß sein, dass es nicht mehr als zwei Pizzas zusammen essen kann.**

Beachten Sie dabei, dass die Amerikaner in der Regel größere und dickere Pizzas haben als wir hier – gehen Sie also von einer Familien-Pizza aus. Aber eine genaue Anzahl von Team-Mitgliedern gibt die Regel ohnehin – vermutlich bewusst – nicht vor. Dafür zeigt sie aber, worauf es ankommt:

- Halten Sie ein Team so klein wie möglich, im Zweifel immer besser weniger als mehr Mitglieder.
- Ein Team sollte immer so klein sein, dass informelle Strukturen für die effektive Zusammenarbeit und schnelle Kommunikation ausreichen.

Extra-Tipp:

Muss ein Team größer werden, weil die Aufgaben doch sehr vielfältig oder umfangreich sind, versuchen Sie, die Aufgaben zu teilen. So können zwei oder mehrere kleinere Teams Teilaufgaben erledigen.

Das sind die Vorteile der Pizza-Regel

Die Vorteile von kleinen überschaubaren Teams leuchten schnell ein:

- **Ein schneller und guter Informationsfluss** ist wahrscheinlicher. In größeren Gruppen kommt es ständig zu Problemen, weil die einzelnen Mitglieder laufend entweder zu viel oder zu wenig Informationen bekommen, weil sich entweder „innere Zirkel" bilden, die sich untereinander austauschen, oder weil laufend alle Mitglieder Mails an alle anderen in CC senden.
- **Die Arbeit ist für jedes Team-Mitglied befriedigender:** Wenn große Teams einen Erfolg erzielen, hat jedes Mitglied nur einen geringen Anteil daran. Ein Lob kann der einzelne Mitarbeiter nur schwerlich auf sich selbst beziehen. In kleinen Teams dagegen hat jedes Mitglied einen großen Anteil daran. Der einzelne Mitarbeiter kann zu Recht stolz auf sich sein, wenn das Team erfolgreich ist, weil er wichtige Teile dazu beigesteuert hat.
- **Weniger Bedenkenträger:** In größeren Teams können nicht alle Mitarbeiter verantwortungsvolle oder interessante Aufgaben bekommen. Deshalb wird mancher Mitarbeiter schnell zum Bedenkenträger, der Probleme herbeiredet oder Diskussionen anzettelt – allein um zu zeigen, dass er wichtig ist und sich entscheidende Gedanken macht, die alle anderen übersehen. In kleineren Teams sind Profilierungsversuche eher unnötig und werden von den anderen Mitgliedern schnell unterbunden, wenn sie doch aufkommen.

Fazit: Wenn Sie nicht sicher sind, ob Sie einen Mitarbeiter mehr oder weniger mit ins Team nehmen sollen, entscheiden Sie sich im Zweifel immer für einen weniger. Falls sich bei der Arbeit herausstellen sollte, dass Zwischenziele nicht erreicht werden, weil zu wenig Mitarbeiter dabei sind, können Sie das Team notfalls später immer noch vergrößern.

Kostenlos für Sie!

Telefonakquisition: Fünf Extra-Tipps von Telefonprofis

Das Telefon ermöglicht den direkten Kontakt zum Kunden viel besser, als es E-Mails oder soziale Netzwerke können. Und was immer wichtiger wird: Das Telefon erlaubt Effizienzsteigerungen, wenn Sie es gezielt nutzen, um B- oder C-Kunden und weniger aussichtsreiche Interessenten zu betreuen. Damit Ihre Arbeit mit dem Telefon noch erfolgreicher wird, habe ich Ihnen 5 Insider-Tipps für eine erfolgreiche Telefonakquisition zusammengestellt.

Klicken Sie hier, um die Liste mit den fünf Telefon-Ideen und -Tipps kostenlos anzufordern. Sie erhalten die Liste umgehend als PDF-Datei.

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

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

Fax +49.89.2094-5501

Ja, bitte senden Sie mir die 5 Insider-Tipps für erfolgreiche Telefonakquisition 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