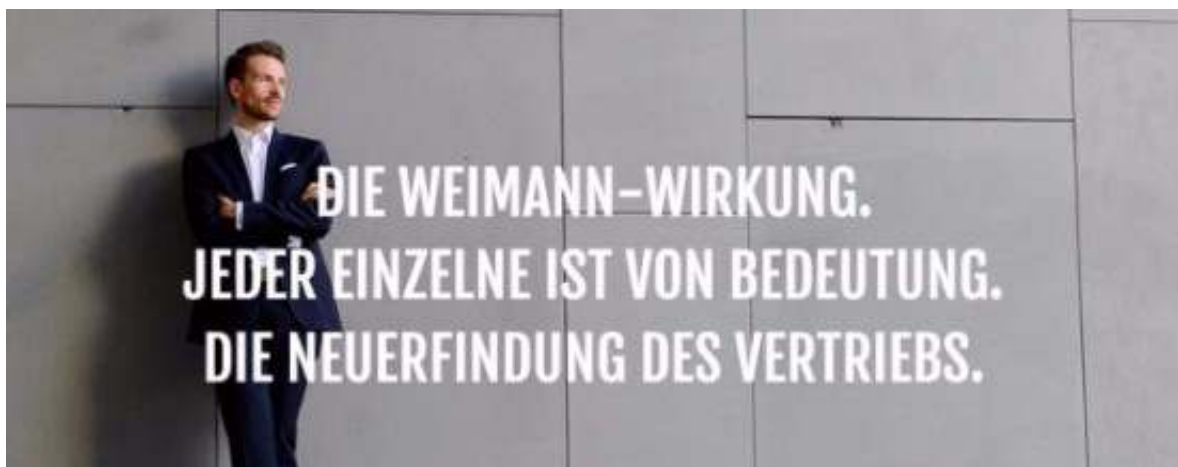


Jürgen Weimann

Vertriebsletter 07 / 2016

[Bitte klicken Sie hier, falls der Vertriebsletter nicht richtig angezeigt werden kann.](#)



Liebe Leserin, lieber Leser,

die Urlaubszeit ist im vollen Gange, gerade zurück aus dem Urlaub, hat mich ein Erlebnis für den heutigen Vertriebsletter inspiriert. Ich wurde als Käufer im Kopf meines Gegenübers segmentiert - leider in die falsche Schublade: "...der kauft sowieso nichts".

Daher widme ich den heutigen Vertriebsletter den Annahmen von Verkäufern, denn Cross- oder Up-Selling könnte so einfach sein und Spaß machen. Zum Schluss finden Sie die Urlaubslektüre, die mein Denken über notwendige strategische Veränderungen bei Unternehmen inspiriert hat.

Ich wünsche Urlaubern eine sonnige und erholsame Zeit und den Rückkehrern einen erfolgreichen Start in das 2. Halbjahr.

Ihr Jürgen Weimann

Zitat des Monats

"Auf die Dauer der Zeit nimmt die Seele die Farbe der Gedanken an."
Marc Aurel

Gedanken und Impulse

Warum die Annahme: „...der Kunde kauft sowieso nichts.“ meist falsch ist

Kennen Sie die folgende Situation: Sie befinden sich im Kundenkontakt (telefonisch oder persönlich) und im Laufe des Gesprächs setzt in Ihnen das Gefühl ein, „Aus diesem Gespräch folgt kein Geschäft!“. Gelingt es Ihnen, nachdem Sie dieses Annahme getroffen haben, wirklich noch dem Kunden richtig zuzuhören? Hilft Ihnen diese Annahme Ihr Potenzial zur Formulierung von spezifischen Fragen an den Kunden voll auszuschöpfen? Oder kennen Sie die Situation, dass ein langjähriger Kunde, der bisher noch keine nennenswerten Geschäfte mit Ihnen gemacht hat, auf einmal vom Kauf bei einem Wettbewerber berichtet, oder er kauft bei einem Ihrer Kollegen? Die Ursache für Situationen dieser Art liegt häufig im Kopf des Verkäufers.

Ich möchte Ihnen meine Gedanken anhand eines persönlichen Beispiels näherbringen: Über Secret-Escapes buchte ich einen Aufenthalt in einem Wellness-Hotel in Tirol. Das Portal bietet Unterkapazitäten von exklusiven Hotels zu verbilligten Konditionen an. Bei der Ankunft wurden wir freundlich an der Rezeption empfangen und auf unser Zimmer begleitet. Das wars! Ich möchte hier nun nicht über die Details des Urlaubs sprechen, sondern möchte Ihre Aufmerksamkeit auf die Nichtaktivität der Mitarbeiterin lenken.

Warum wurden keine Zusatzangebote offeriert? Ich könnte mir u.a. folgende Fragen gut vorstellen:

- *Wir verfügen über ein sehr schönes und beliebtes Restaurant, hier ist die Speisekarte, darf ich Ihnen einen Tisch reservieren?*
- *Ich sehe, Sie haben Zimmerkategorie B gebucht, für einen Aufpreis von X EUR kann ich Ihnen ein noch schöneres Zimmer der Kategorie A anbieten – soll ich es Ihnen mal zeigen?*
- *Sie haben eine längere Reise hinter sich, unser Küchenchef ist ein Kuchenliehhaber wie wäre es mit einer Tasse Kaffee und einem Kuchen auf*

„Unternehmensleben, wie wäre es mit einer Tasse Kaffee und einem Kuchen an Ihrem Zimmer?“

Es ließen sich noch zig weitere Beispiele finden, in meinem Fall hätte ich bei allen drei Punkten „Ja“ gesagt und das Hotel würde in der dritten Ankunftsminute des Gastes weiteren Umsatz generieren. Das funktioniert nur, wenn die Fragen im direkten Zusammenhang mit dem Kunden als Person stehen, also individuell zugeschnitten und nicht von einem Leitfaden auswendig gelernt sind. Jetzt kann es sein, dass die Mitarbeitern einfach sehr unmotiviert war und Kunden nie weitere Fragen stellt. Doch was wäre, wenn sie gedacht hätte: „Jemand der über ein solches Portal bucht ist preissensibel und kauft sowieso keine Zusatzleistungen.“
Wie häufig treffen Sie oder Ihre Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter Annahmen ähnlicher Art, die Cross- oder Up-Selling-Chancen vernichten?

Wenn es gelingt aus jedem Kundenkontakt das größtmögliche Potenzial zu entfalten, unabhängig ob der Kontakt persönlich oder medial stattfindet, hat sowohl der Kunde ein positives Erlebnis, als auch das Unternehmen. Neben dem Umsatz ist das Schöne dabei, es findet auf eine leichte, fast spielerische Art statt, deren Aufwand weit von Kaltakquisition entfernt ist.

Arbeiten Sie Ihre Kunden nicht ab, sondern begegnen Sie Ihnen mit einem wachen Geist. Ich wünsche Ihnen viel Freude und Umsatz dabei.

Beliebtste Veröffentlichung des Monats

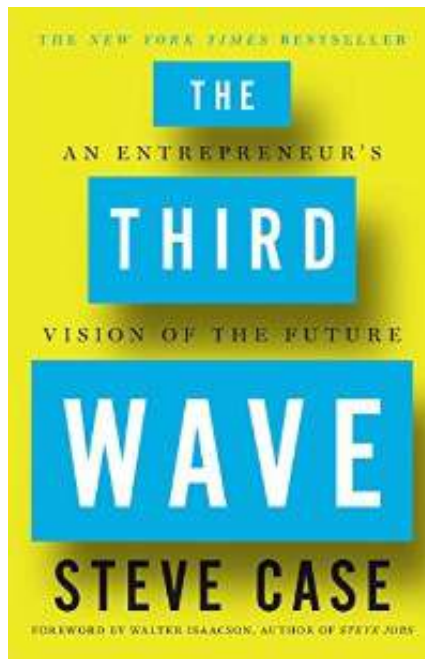


Vertriebsleiter: Verwalter oder Coach?

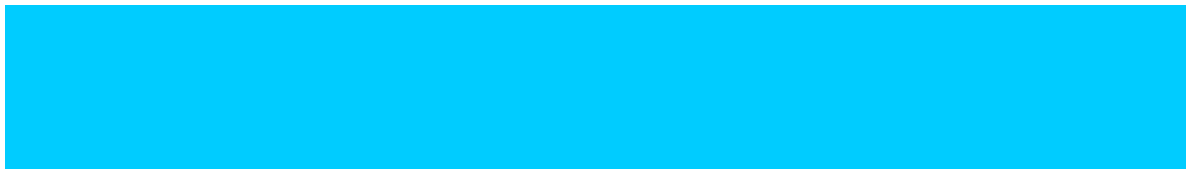
Die Aufgaben eines Vertriebsleiters sind vielfältig, sie reichen von der Betreuung eigener Kunden, der Mitarbeiter, bis hin zum Projektmanagement. Die Zeitanteile sind in der Praxis aber in keinem Fall gleichverteilt. Nur wenige Vertriebsleiter nutzen Ihre Hauptzeit um Kunden oder Mitarbeitern zu begegnen. Doch welche Zeitverteilung wäre aus Sicht der Vertriebsorganisation sinnvoll?

[Hier weiterlesen...](#)

Meine Buchempfehlung



Der AOL-Gründer beschreibt in seinem Buch seine Vision über die dritte Entwicklungsstufe des Internets, das "Internet of Everything". Neben der reinen Beschreibung aktueller technologischer Trends, gelingt es ihm interessante Szenarien und Zukunftsvisionen über deren Bedeutung zu entwickeln. Die für mich einprägsamste Aussage: "Das Etwas nicht mit dem Internet verbunden ist, wird bald für uns genauso unvorstellbar sein, wie wenn ein Gegenstand keinen Strom bräuchte.". Mein Denken hinsichtlich der künftig notwendigen Strukturen und Vorgehensweisen von Unternehmen wurde sehr inspiriert.



Copyright © 2016 Juergen Weimann, All rights reserved.

Sie bekommen diese Email, da Sie sich auf juergenweimann.com registriert haben.

Impressum:

Jürgen Weimann - Pestalozzistr. 52 - 80469 München
Umsatzsteuer-ID DE210328407 - +49 - 176 - 61 01 68 62

Verantwortlich für den Inhalt nach §55 Abs. 2 RSTV:

Jürgen Weimann - Pestalozzistr. 52 - 80469 München

Disclaimer:

Es wird keinerlei Haftung für Übermittlungsfehler, Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben übernommen. Die Nennung von Produkten anderer Hersteller oder Anbieter dient ausschließlich zur Information und stellt keinen Warenzeichenmissbrauch dar. Hinsichtlich der Auswahl, Leistung oder Anwendung dieser Produkte oder Dienstleistungen wird keinerlei Gewähr übernommen.

Sie möchten Ihre Daten aktualisieren oder den Vertriebsletter künftig nicht mehr erhalten?

[Daten aktualisieren](#) oder [vom Newsletter abmelden](#)