



DEUTSCHES INSTITUT FÜR VERTRIEBSKOMPETENZ

Bernd Muster

Musterfirma 2



VERKAUFSKOMPETENZ
DIV Verkäuferkompass

VERKAUFSKOMPETENZ

Das Deutsche Institut für Vertriebskompetenz untersucht seit Jahren die Erfolgsfaktoren von Vertriebsorganisationen. Die Ergebnisse, konnten die These untermauern, dass Vertriebs Erfolg auf folgenden 4 Erfolgsfaktoren basiert:

- **Motivation,**
- **Verkaufsverhalten und**
- **Verkaufskompetenz des Vertriebsteams,**
- **Rahmenbedingungen der Organisation.**

Verkaufserfolg hängt von Verhalten und Motivation ab. Wir können noch so motiviert sein um ein Spitzenverkäufer zu werden müssen wir auch die richtigen Verkaufstechniken beherrschen.

Verkaufen ist Spitzensport. Im Verkauf und im Sport entscheiden oftmals die letzten 3 bis 5 Prozent über Sieg oder Niederlage. Deshalb trainieren Spitzensportler und Spitzenverkäufer regelmäßig ihre Fähigkeiten.

Der Verkäuferkompass:

- liefert Ihnen eine Übersicht, in welchen Verkaufsphasen noch Potenziale zu entwickeln sind.
- hilft Ihnen Ihre Trainingsfelder offen zu legen, damit Sie zielgerichtet trainieren können.
- ist eine Bedarfsanalyse, aus der Sie erkennen welche Ihre "Verkaufsmuskeln" Sie gezielt trainieren müssen.

Der Verkäuferkompass beinhaltet branchenunabhängig folgende Verkaufsphasen:

- Basiswissen der Akquisition
- Vertrauensaufbau
- Bedarfsanalyse
- Präsentationsfähigkeiten
- Einwandbehandlung
- Abschluss
- Empfehlungsnahme



Analyse der Verkaufsphasen

Akquisition: Als Akquisition werden Maßnahmen der Kundengewinnung bezeichnet. Das sind Maßnahmen wie direkte Telefonansprache und persönliche Verkaufsgespräche beim Kunden. Top Verkäufer zeichnet aus, dass Sie mit modernen Sprachmustern die Widerstände im Vorzimmer auflösen und den potenziellen Kunden für einen Termin begeistern.

In 100% der Fälle haben Sie sich für die erfolgreichste Strategie entschieden.

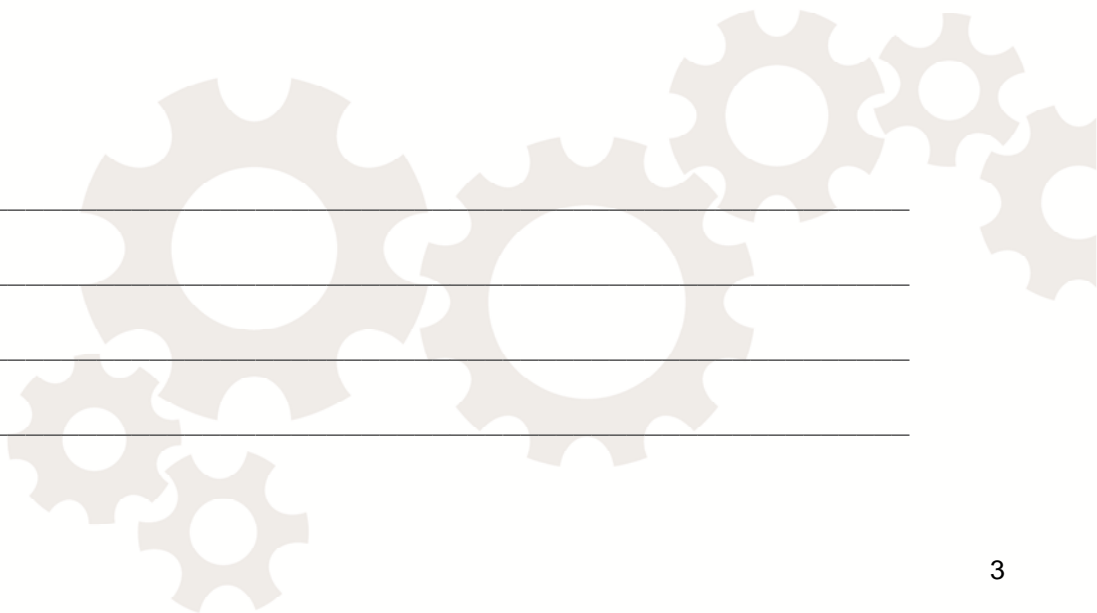
Vertrauensaufbau: Ein wichtiges Kaufmotiv ist Sicherheit und Vertrauen. Nach der Verkaufsmethodik des Deutschen Instituts für Vertriebskompetenz nimmt der Vertrauensaufbau 40 Prozent des gesamten Verkaufsgesprächs in Anspruch. Durch eine professionelle Vorbereitung auf den ersten Termin hat der Verkäufer sich Informationen über seinen Gesprächspartner verschafft. Diese setzt er gewinnbringend ein, um eine vertrauensvolle und gute Atmosphäre für die weiteren Verkaufsphasen zu schaffen

In 100% der Fälle haben Sie sich für die erfolgreichste Strategie entschieden.

Bedarfsanalyse: Diese Verkaufsphase legt die entscheidenden Grundlagen für die spätere Präsentation. Je besser und sorgfältiger der Verkäufer in dieser Verkaufsphase arbeitet, umso höher werden seine Chancen einen Abschluss zu erzielen. Hat der Kunde keinen Bedarf kauft er nicht. Erfolgreiche Verkäufer untersuchen in dieser Phase Ihren Kunden um herauszufinden, wo dessen Schmerzpunkte versteckt sind.

In 71% der Fälle haben Sie sich für die erfolgreichste Strategie entschieden.

Notizen:



Analyse der Verkaufsphasen

Präsentationsfähigkeit: Erfolgreiche Verkäufer sind in der Lage, Ihr Produkt / Dienstleistung so zu präsentieren, dass die Schmerzpunkte des Kunden geheilt werden. Dazu nutzt er maximal 1 – 3 Nutzen Argumente. Diese versteht er so zu verbalisieren, dass die Triggerpunkte des einzelnen Kundentypen angesprochen werden.

In 100% der Fälle haben Sie sich für die erfolgreichste Strategie entschieden.

Einwandbehandlung: Einwände und Vorwände äußern sich verbal in Gründen (noch) nicht zu kaufen. Einwände sind rationale Gründe aber auch emotionale Befürchtungen, ausgedrückt in Gegenargumenten.

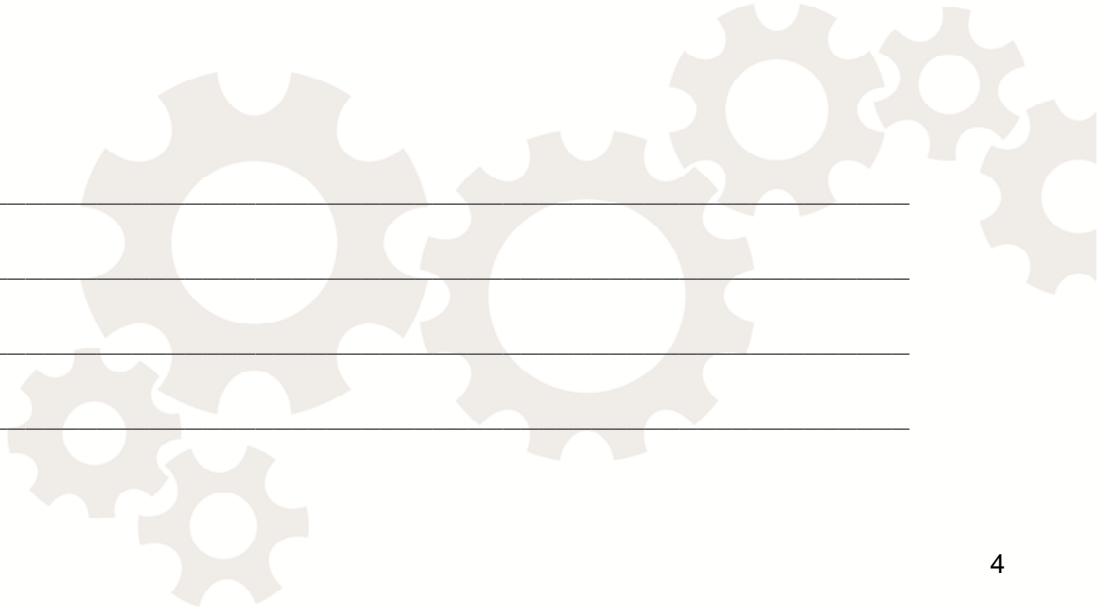
Selbst wenn ein Mensch kaufen möchte, so beschäftigt er sich dennoch bewusst oder unbewusst mit den Gründen, die gegen den Kauf sprechen könnten. Entweder er denkt still darüber nach, oder er äußert sie in Form von Einwänden.

In 86 % der Fälle haben Sie sich für die erfolgreichste Strategie entschieden.

Abschluss: In dieser Verkaufsphase geht es darum, das Verkaufsergebnis zu realisieren. Top Verkäufer sind aufmerksam und erkennen sowohl verbale und nonverbale Abschluss signale des Kunden. Sie verfügen über verschiedene Abschlusstechniken und können diese auf den entsprechenden Kundentypen anpassen.

In 86 % der Fälle haben Sie sich für die erfolgreichste Strategie entschieden.

Notizen:

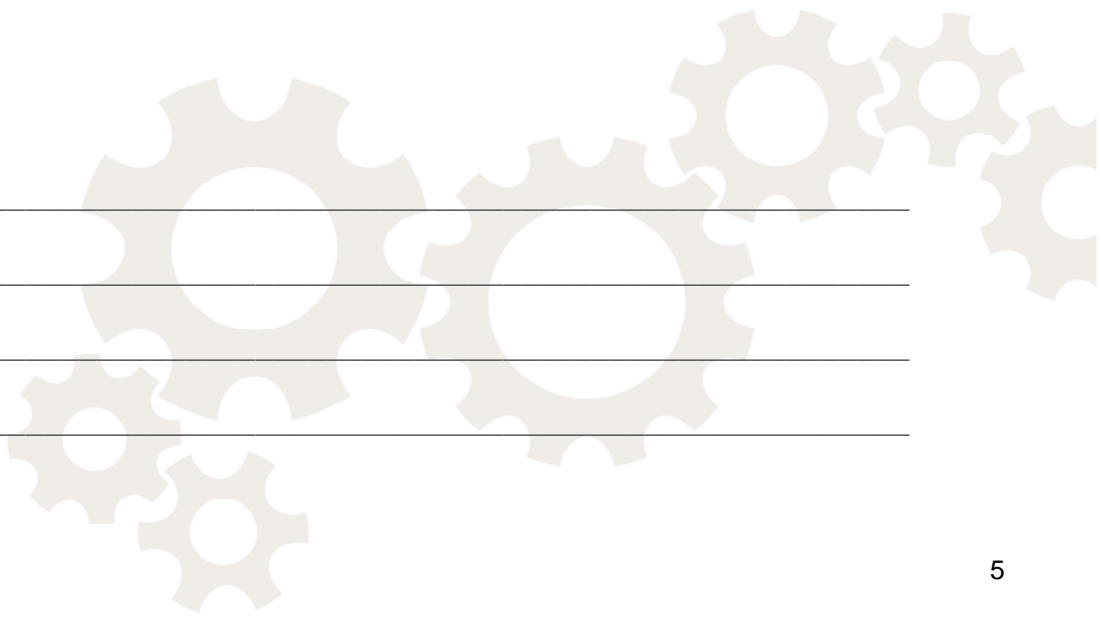


Analyse der Verkaufsphasen

Empfehlung: Empfehlungsmarketing, also die passive oder aktive Empfehlung neuer Kunden durch bestehende Kunden, ist die Kür im Vertrieb. Diese Art der Akquise ist ein kostenloses Instrument, das die höchste Konversionsrate bietet. Top Verkäufer kündigen zu Beginn eines Verkaufsgesprächs die Empfehlungsname an und verfügen über die richtigen Sprachmuster diese beim Kunden einzuholen

In 43 % der Fälle haben Sie sich für die erfolgreichste Strategie entschieden. .

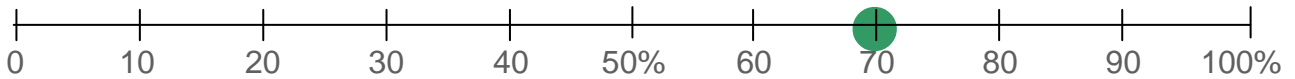
Notizen:



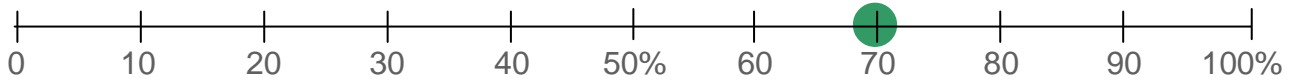
Eigenbild / Einschätzung

Ihre Angaben aus dem Fragebogen...

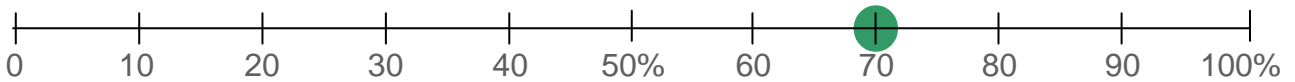
Akquisition:



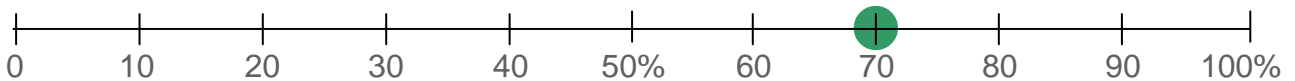
Vertrauensaufbau:



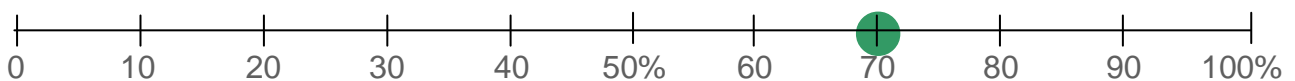
Bedarfsanalyse:



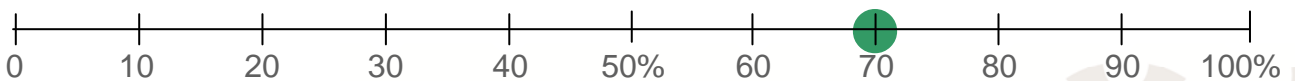
Präsentationsfähigkeit:



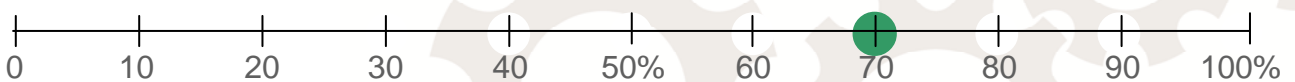
Einwandbehandlung:



Abschluss:



Empfehlung:

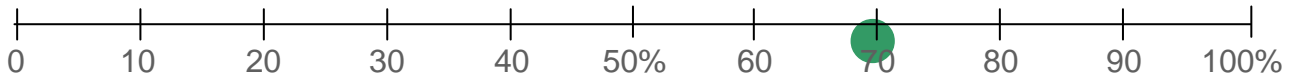


● Selbsteinschätzung

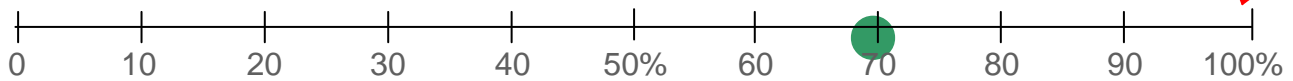
Vergleich Eigenbild / Position

Ihre Angaben der Selbsteinschätzung im Vergleich zur Auswertung

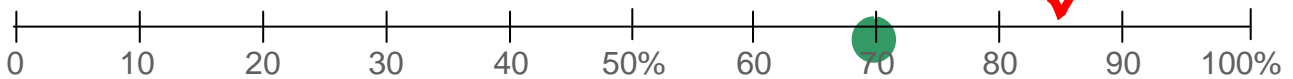
Akquisition:



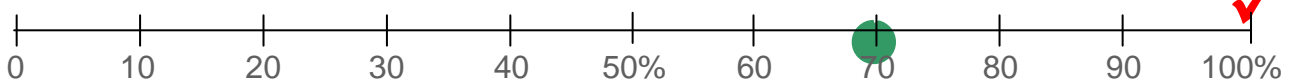
Vertrauensaufbau:



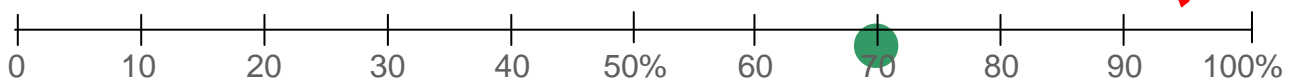
Bedarfsanalyse:



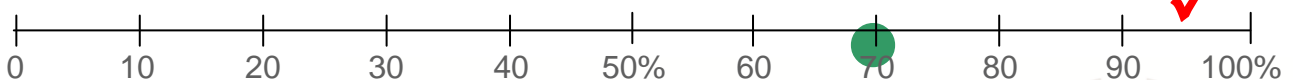
Präsentationsfähigkeit:



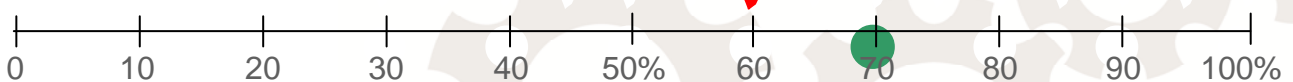
Einwandbehandlung:



Abschluss:



Empfehlung:

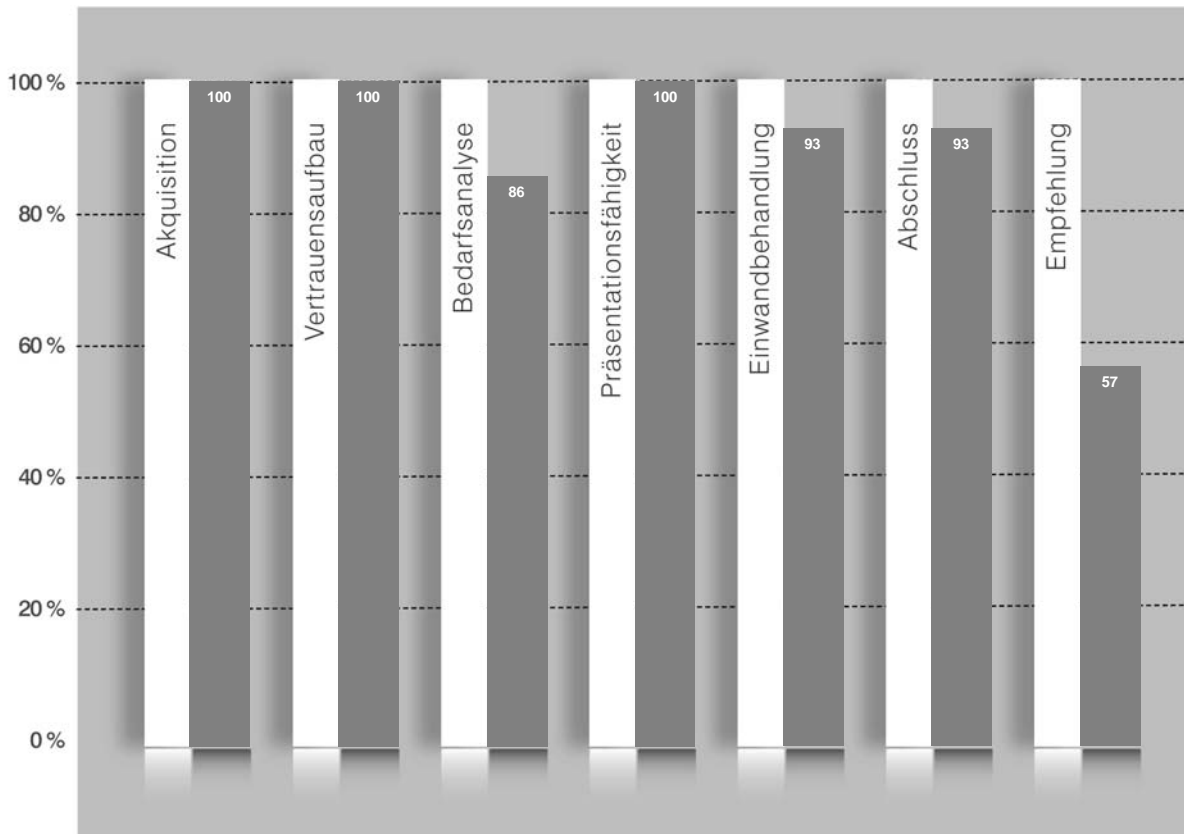


● Selbsteinschätzung

✓ Position

Verkaufskompetenz

Das folgende Diagramm illustriert Ihr Wissen über die beste Verkaufsstrategie in einer Reihe von Verkaufssituationen. Untersuchungen bestätigen, dass Verkaufserfolge direkt davon abhängen, dass man eine effektive Verkaufsstrategie versteht und anwendet. Je höher der Wert in einem Bereich ist, desto stärker ist Ihr spezifisches Verständnis dafür, was notwendig ist, um im Verkaufsprozess erfolgreich zu sein.



Aktionsplan

Die folgenden Angaben beziehen sich auf drei verbesserungsfähige Bereiche, in denen eine Verkaufskompetenz erhöhen möchte.

Bereich: _____

1. _____

2. _____

3. _____

Bereich: _____

1. _____

2. _____

3. _____

Bereich: _____

1. _____

2. _____

3. _____

Anfangsdatum: _____ Kontrolldatum: _____

