

Projekt Wissenstransfer

CLAUDIA JENNEWEIN

**„VERKAUFEN MIT BEGEISTERUNG
AKTIVES VERKAUFSTRAINING“**

22. MÄRZ 2019

Diese Veranstaltung wird gefördert durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER).

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Zuständig für die Durchführung der ELER-Förderung im Freistaat Sachsen ist das Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft (SMUL), Referat Förderstrategie, ELER-Verwaltungsbehörde.



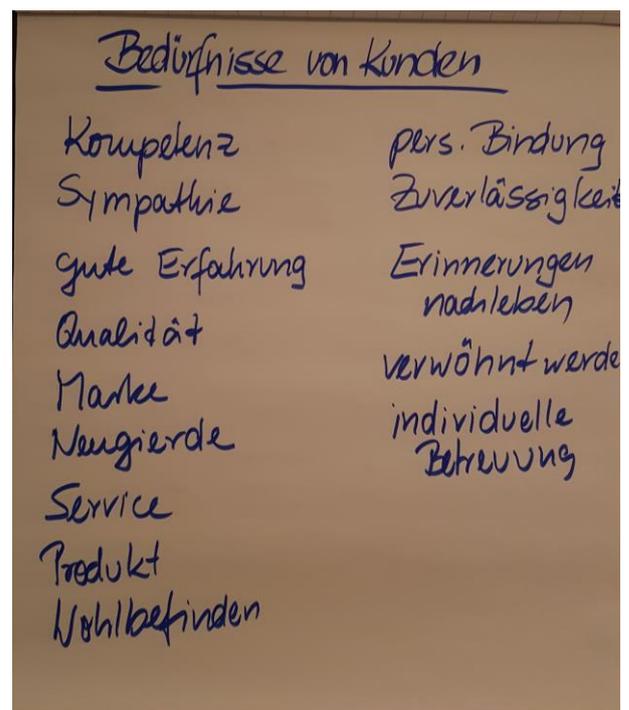
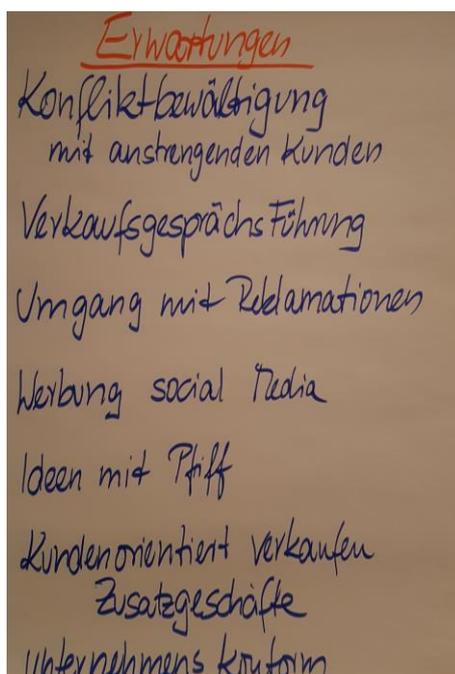
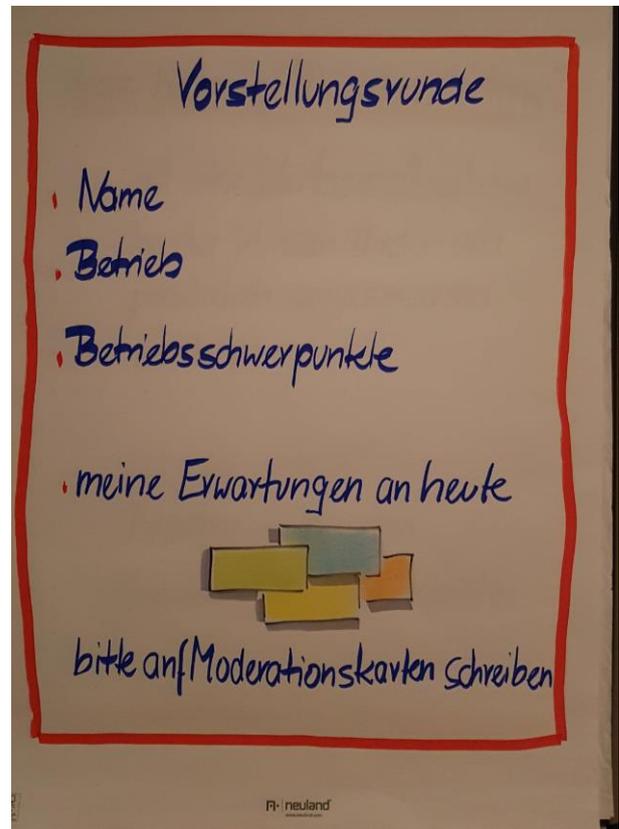
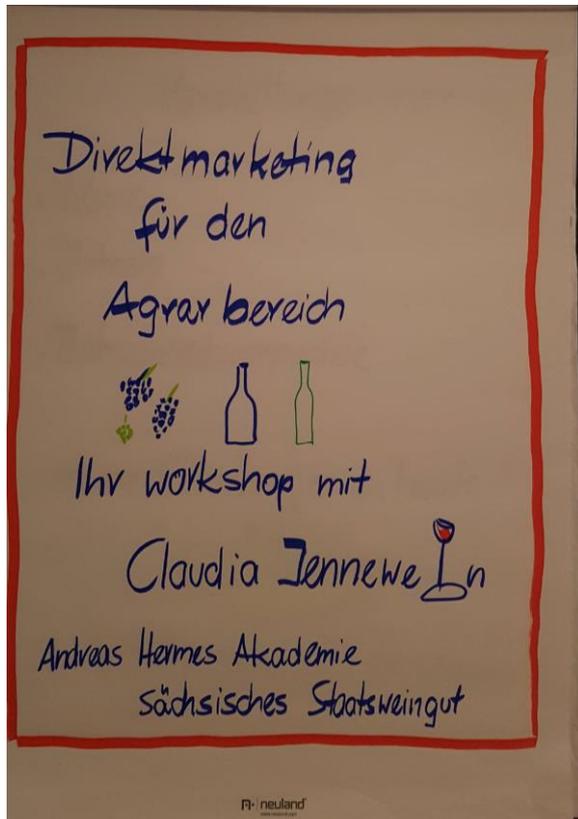
Entwicklungsprogramm
für den ländlichen Raum
im Freistaat Sachsen
2014 - 2020

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



Fotoprotokoll

Modul	Verkaufen mit Begeisterung	Trainer:
Termin	04./05.02.2019	Claudia Jennewein

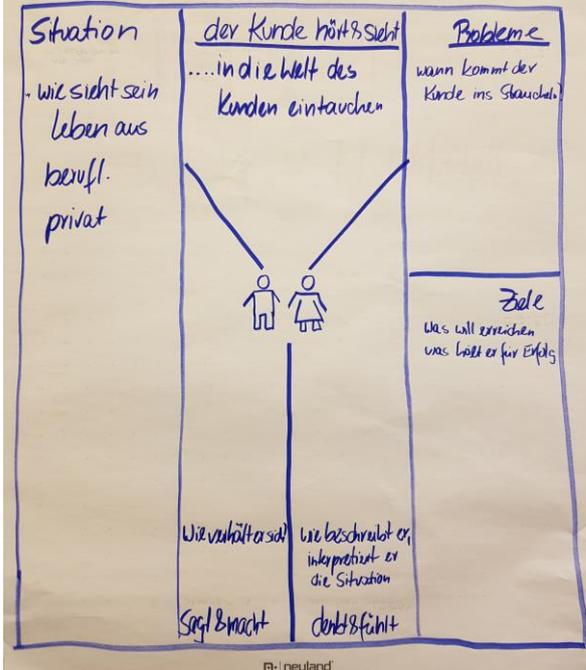


Fotoprotokoll

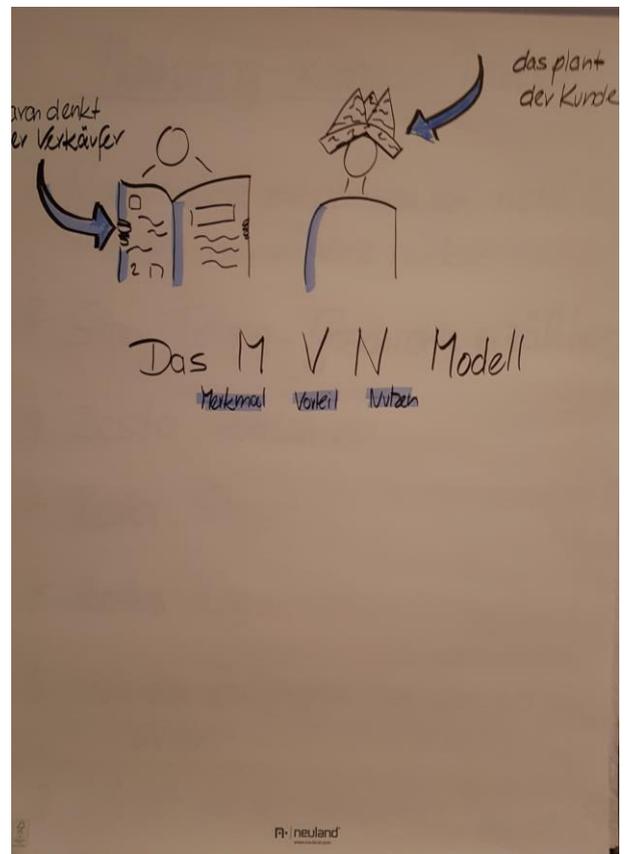
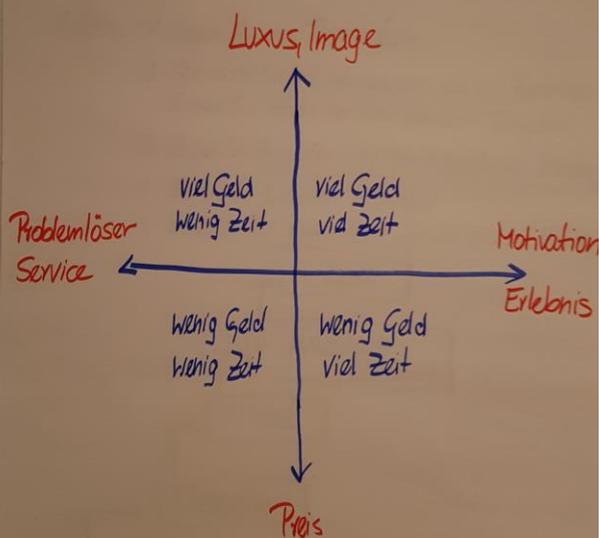
Marketing Kommunikation

1. Kommuniziere mit dem was ist, nicht mit dem was du gerne hättest
2. Story Telling
3. Bester Wettbewerb
4. Bester Slogan
5. Bester Logo
6. Hole die Zielgruppe dort ab wo sie steht
7. Internet ist ein interaktives Medium

Wer ist mein Wunschkunde? Dave Gray



Zielgruppen der Zukunft



Kommunikations mix

- Werbung
- Verkaufsförderung
- CI
- persönl. Verkauf
- Sponsoring
- Messen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Veranstaltungen

gut strukturierte Kommunikations-
politik

stärkt die Kundenbindung!

- ↪ social media Kanäle
- ↪ Affiliate Marketing
 - ↳ basieren auf dem Prinzip der Provision

Erwin Lammert

Praxiswissen Online

6 Schritte zur Premium Marke

1. Sind Sie SPITZ
 - Können Sie in einem Satz sagen, was Sie dem Kunden nutzen?
 - nicht erklären was Sie machen - sondern was Sie nutzen!
2. Haben Sie einen KERNWERT
 - wofür tun Sie das alles:
 - was ist der Sinn dahinter
 - ist dieser spürbar in Ihren Produkten, Werbelinien, homepage etc.

3. Erzeugen Sie SOG?

betrachten Sie die letzten 3 Monate

haben Sie Aufträge aktiv gewählt

wissen Sie was Sie wollen - und was nicht?

lehnen Sie Aufträge die nicht zu Ihnen passen ab?

4. Haben Sie Selbstbewußtsein?

sie wissen sehr klar

- was sie wollen Unternehmenzie
- wohin sie wollen Marketing
- mit wem Sie arbeiten wollen Geschäftsmodell

neuland

Fotoprotokoll

5. Kann man ihre Marke
ANFASSEN

was haben ihre Kunden von Ihnen gehört,
gelesen, gesehen?

6. Was kosten Sie?

Premium Marken kosten mehr

Wie haben sich die Preise in den
letzten 12 Monaten entwickelt?

PI | neuland

Lernexperiment

Zahnbürsten verkaufen

11/16

o Verkäufer

o Kunde

o o o Beobachter

Verkauf	D-Kunde	I-Kunde	S-Kunde	G-Kunde
Zugang	direkt	emotional	persönlich	sachlich
1. Gesprächs- eröffnung kennen lernen, Vertrauen schaffen	schnell und direkt	locker, freundlich und herzlich	freundlich, ruhig und methodisch	distanziert, taktvoll und nüchtern
2. Bedürfnis- identifizie- rung Was will der Kunde?	direkte Fragen nach den gewünschten Resultaten	offene Fragen mit Raum für persönliche Gespräche	ehrliches Interesse an der Person und ihren Aufgaben	Details gründlich erfragen, Raum für Sachkenntnis geben
3. Bedürfnis- befriedigung Lösungen anbieten	Betonung auf Effizienz Ersparnisse Gewinne	Betonung auf Besonderheit - Imagegewinn - Individualität	Betonung auf Tradition - Beständigkeit - Transparenz	Betonung auf - Details - Qualität - Logik
4. Nutzen- formulierung Hindernisse wegräumen	möchte klar den Nutzen erken- nen, wird sonst konfrontierend	möchte positive Botschaft, die seine Vorteile klar legen, wird sonst distanziert	möchte Nutzen, die ihn unter- stützen, wird sonst auswei- chend	möchte genaueste Informationen und Verständnis für seine Argumente, wird sonst zögerlich
5. Abschluss und Service Entscheidung herbeiführen	Alternativen anbieten, Kunde entscheidet selbst	durch optimistische Bekräftigung der Kunden- tendenz die Entscheidung herbeiführen	durch eine schrittweise Beratung ohne Druck Entscheidung herbeiführen	logisch ohne Druck vorgehen, Abschluss kommt nach Überzeugung