



Verkaufstrainer

September 2007

Guten Tag,

In diesem Teil der Serie wird erklärt, wie der Interessent zum Kunden wird. Er richtet sich vor allem an Berater in der Ausstellung. Schließlich müssen sie Ihr Unternehmen durch ihren Einsatz und ihre Serviceleistung profilieren. Nur so werden aus interessierten Besuchern wirklich Stammkunden.

[Damit Sie Ihr Wissen über den Kaufprozess auffrischen können, finden Sie hier eine kleine Gedächtnisstütze.](#)

Vom Interessenten zum Kunden

Grundsätzlich müssen wir heute in unseren Überlegungen schon sehr früh im Kaufprozess ansetzen. Dieser Prozess lässt sich in vier Phasen einteilen. Die erste Phase dient der Orientierung und heißt deshalb Orientierungsphase. Der potenzielle Kunde spielt beispielsweise mit dem Gedanken, seine Wohnung zu renovieren oder ein neues Auto zu kaufen. Er hört sich um, schaut Anzeigen an, surft im Internet und fragt Freunde nach deren Erfahrungen. Diese Phase nutzen erfolgreiche Unternehmen für sich: Sie schaffen durch permanentes Marketing eine Marktpresenz, um möglichst früh den Kontakt zum Interessenten herzustellen. Denn je früher Sie das Interesse auf Ihr Unternehmen lenken können, umso besser sind Ihre Chancen, in seine engere Wahl zu kommen. Es gilt also, Aufmerksamkeit im Markt zu schaffen, den Bekanntheitsgrad aus- und ein gutes Image aufzubauen und zu pflegen. Das beginnt bei der Sauberkeit Ihrer Firmenfahrzeuge und endet mit der Teilnahme am öffentlichen Leben in Ihrer Region. Sobald der Interessent sich die Mühe macht, zu Ihnen zu kommen, hat er Ihnen schon ein Kompliment gemacht: Sie sind für ihn so interessant, dass er sich mit Ihrem Unternehmen beschäftigt! Leider ist die Sichtweise aus Kundenperspektive vielen Verkäufern und Unternehmen nicht bewusst. Gehen Sie einmal einkaufen und achten Sie darauf, welches Unternehmen und welche Verkäufer sich wirklich bemühen, einen guten Eindruck zu machen. In den seltensten Fällen werden die Kunden ernst genommen und überhaupt freundlich begrüßt. Die meisten Verkäufer gehen mit dem Kapital „Kundenbeziehung“ erschreckend sorglos um. Der erste Eindruck, den der Kunde von Ihrem Unternehmen und Ihren Mitarbeitern gewinnt, ist für den späteren Verkauf entscheidend: Wer hier besser ist, bekommt die besseren Aufträge.

Um in diesem Teil des Verkaufsprozesses punkten zu können, sollten Sie die folgenden Punkte beachten:

- Gehen Sie mit Ihren Mitarbeitern systematisch auf die Phase der Kontaktbereitung ein. Im gemeinsamen Gruppengespräch sollten Sie zuerst nüchtern den Ist-Zustand feststellen. Wie präsent sind Sie im Markt? Überlegen Sie nun mit Ihren Mitarbeitern, welche Möglichkeiten Sie haben, Ihr Unternehmen im Markt bekannter zu machen, ein besseres Image aufzubauen und die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu gewinnen.
- Vereinbaren Sie klare Spielregeln, wie Ihre Mitarbeiter gegenüber Kunden auftreten. Denken Sie dabei nicht nur an die Verkäufer, sondern beziehen Sie jeden Mitarbeiter Ihres Unternehmens ein. Sie können mit wenig Aufwand einen erstklassigen Eindruck hinterlassen, wenn klar ist, dass Ihre Mitarbeiter nur mit sauber gewaschenen Firmenfahrzeugen beim Kunden vorfahren, jeder Kunde im Unternehmen begrüßt wird, jeder Mitarbeiter ein Namensschild trägt, das Telefon spätestens nach dem dritten Klingelzeichen abgenommen wird und so weiter.

Die Liste aller imagebildenden Faktoren ließe sich jetzt ewig fortsetzen, letztendlich aber macht es die Summe aller Faktoren aus: Ein stimmiges Gesamtbild muss in den Markt transportiert werden. Hier kann Ihnen ein Leitbild wertvolle Dienste leisten. Wurde beispielsweise formuliert, welchen Stellenwert der Kunde für das Unternehmen hat und wie man mit den Kunden zusammenarbeiten möchte, hat das Verkaufsteam eine verbindliche Grundlage für seine Arbeit. Wenn Ihr Unternehmen in dieser Phase einen positiven Eindruck auf den Interessenten gemacht hat, wird er früher oder später in Ihre Ausstellung kommen.

In diesem Moment beginnt die zweite Phase des Verkaufens, die Rre-Sales-Phase. Damit Sie auch einen Überblick über diese Phase erhalten und Ihr Wissen auffrischen, lesen Sie den nächsten Teil des Verkaufstrainers im Oktober.

**Mit freundlichen Grüßen,
das Mobile – Team**