



Verkaufstrainer

Januar 2008

Guten Tag,

dieses Mal erfahren Sie bei "Kunden im Fokus" Wissenswertes über die Sales- und After-Sales-Phase. Vernachlässigen Sie diese nicht, denn bisher haben Sie zwar gelernt, wie man ein Geschäft erfolgreich abschließt, Sie haben aber noch keinen Stammkunden gewonnen.

[Hier können Sie Ihr Wissen über die Sales- und After-Sales-Phase testen!](#)

Sales- und After-Sales-Phase

Hat sich der Kunde nun für eine Leistung entschieden und den Auftrag unterschrieben, glauben viele Verkäufer, der Prozess des Verkaufens sei beendet. Kein Wunder, liegen doch schon wieder 20 andere Anfragen auf dem Tisch und die Ausstellung ist voll mit neuen Interessenten. Doch gerade in den letzten beiden Phasen liegt ein hohes Potenzial: Lässt man den Kunden auf der dritten Stufe, der Sales-Phase nicht allein, sondern erklärt ihm beispielsweise, welche Zusatzprodukte aus welchem Grunde für das gerade erworbene Produkt geeignet oder ungeeignet sind, wird er für diese Information dankbar sein. Er fühlt sich erstklassig beraten und vor allem gut aufgehoben. Die (gewünschte) Folge: Er kommt wieder!

Ganz wesentlich für eine langfristige Stammkundenbindung ist die vierte Phase, die After-Sales-Phase. In diesem Stadium geht es darum, die Beziehung, die Sie zu Ihrem Kunden aufgebaut haben, zu vertiefen und ihm das Gefühl zu geben, dass er sich auf Sie verlassen kann. Kümmern Sie sich um ihn und seine Anliegen, sorgen Sie dafür, dass der Auftrag erstklassig abgewickelt wird. Sorgen Sie zum Beispiel dafür, dass Liefertermine abgeklärt werden. Die Terminvereinbarung kann nicht eingehalten werden? Benachrichtigen Sie den Kunden unverzüglich und erklären Sie die Situation. Der Kunde wird über diese Information zwar nicht glücklich sein, er wird aber dennoch dankbar sein, da er sie überhaupt erhalten hat. Rufen Sie außerdem nach dem Liefertermin an und fragen Sie, ob alles eingetroffen ist und ob Sie noch etwas für Ihren Kunden tun können oder er noch Fragen hat. In dieser Phase erreichen Sie die Zufriedenheit des Kunden, indem Sie sich von seiner Zufriedenheit überzeugen. Durch diese durchgängige Betreuung des Kunden ergibt sich oft die Möglichkeit eines Folgegeschäfts und aus Kunden werden Stammkunden.

In den folgenden Verkaufstrainern dreht sich alles um das Thema Fehler und wie sie dabei helfen können, Leistungen zu verbessern und zu optimieren.

Mit freundlichen Grüßen, das Mobile-Team