

Sales-Tricks

TOP 20 SALES SKILLS

Viele Firmen versuchen die
**Entwicklung Ihrer Sales
Teams voranzubringen.**

**Doch worauf ist
wirklich zu achten?**

Ich bedanke der Rain Group für diese Interessanten Erkenntnisse.



1

Zeitmanagement

Setzen Sie Ihre Zeit bewusst
ein und priorisieren Sie
Aufgaben mit dem höchsten
Return on Investment.



//

2

Bestandskunden

Die größten
Wachstumschancen erhalten
Sie durch Cross-Selling- und
Up-Sellingmöglichkeiten im
Kundenbestand.

//

//

3

Gründliche Bedarfsermittlung

Ihre Bedarfsermittlung sollte
angemessen breit und tief
sein.

//

//

3

Finden Sie die Probleme Ihres Kunden welche nicht nur ein Symptom sind. Fragen Sie nach dem Warum! Bleiben Sie nicht beim ersten Bedürfnis stehen, sondern graben Sie weiter und finden Sie die Gründe.

//

//

4

Beziehungsaufbau

Bauen Sie starke, langfristige Beziehungen zu Kunden auf, die für Sie wichtig sind oder werden können. Setzen Sie ein Key Account Management auf.

//

4

Wie sehen Ihre Kunden ihre Beziehung zu Ihnen? Sehen sie Sie als Partner? Wie sehen sie den Wert, den Sie bieten? Wenden sie sich proaktiv an Sie, wenn sie nach Rat suchen?

\\

//

5

Consultative Selling

Ziel: Kunden zu bewegen,
Ideen sowie Ratschläge von
Ihnen einzuholen.

//

//

5

Bieten Sie während des gesamten Verkaufsprozesses neue Ideen und Perspektiven.

Agieren Sie über den gesamten Prozess als Berater und ermutigen die Käufer sich an Sie zu wenden.

//



6

Fokus

Lassen Sie sich nicht von Ihren Zielen abbringen oder von anderen Leuten ablenken.





6

Verschwenden Sie keine Zeit mit

1. Besprechungen
2. Wiederholte Status-Updates
3. Übernahme eines Projekts für das Sie nicht zuständig sind
4. Gespräche mit unqualifizierten Interessenten



//

7

Effektive Gesprächsführung

Gute Verkaufsgespräche sind
für den Erfolg unerlässlich.

//

//

7

Verkaufsgespräche haben eine gute Balance aus Reden und Zuhören.

Stellen Sie gute Fragen, hören Sie gut zu. Wenn Sie reden: erzählen Sie Geschichten, Veranschaulichen Sie Ihren Standpunkt.

//



8

Präsentationen

Überzeugende

Verkaufspräsentationen sind
der letzte Schritt, um das
Geschäft zu machen.



//

8

Die Präsentationsvorbereitung
ist entscheidend.

Kennen Sie Ihre Mitbewerber.

Aus der Präsentation sollte ein
Gespräch entstehen.

Üben Sie Ihre Präsentation! __

//

9

Geschichten

Ein gutes Storytelling hilft dem Verkäufer, Ideen und deren Bedeutungen effektiv zu kommunizieren.

//

//

9

Die Grundstruktur des Storytelling im Verkauf ist einfach und wiederholbar:

1. Veränderungen ist unbestreitbar
2. Erfolg vs. Misserfolg
3. Verlockende Gelegenheit
4. Durchbruch
5. Es wird funktionieren

\\

//

10

**Machen Sie das Beste
aus Ihrer Zeit**

Nutzen Sie Ihre Zeit produktiv.

//

//

10

Überprüfen Sie Ihr Zeitmanagement auf vier Ebenen:

- **Wertvoll:** Zeit, die Ihnen wichtig ist
- **Investment:** Zeit, die Ihnen den größten Nutzen bringt
- **Pflicht:** Zeit, die Sie aufwenden müssen
- **Sinnlos:** Zeit, die Sie verschwenden

//

//

11

ROI

Vermitteln Sie Ihrem Kunden die Auswirkungen Ihrer Lösung. Liefern Sie stets überzeugende ROI- und Finanzargumente.

//

//

11

Berücksichtigen Sie z. B.
diese Faktoren.

- Zeiteinsparung
- Rentabilität
- Kosteneinsparungen
- Ressourceneinsatz
- Produktivität der Mitarbeiter
- Gewinnsteigerung

//

//

12

Denkweisen ändern

Verändern Sie das Denken und die Herangehensweise an Herausforderungen Ihrer Kunden.

//

//

12

Viele Käufer sind auf der Suche nach einer Lösung um nur schnell an Ihr Ziel zu gelangen.
Durchbrechen Sie diese Denkweise, formulieren Sie Probleme neu und weisen Sie bessere Möglichkeiten auf.

//

//

13

Präsentieren Sie überzeugende Nutzenargumente

Die Auswirkungen Ihrer Lösung
können weit über den ROI
hinausgehen.

//

//

13

Überzeugen Sie den Kunden von den
zusätzlichen Auswirkungen Ihrer
Lösung.

Diese können sich auch auf weit mehr
als den Wert oder ROI beziehen.
Es gibt viele nicht-finanzielle Faktoren
die einen Abschluss beeinflussen.

//

//

14

Arbeiten Sie mit den Kunden zusammen

Wenn Sie nicht mit den
Käufern zusammenarbeiten,
kauft er nicht!

//

//

14

Verkaufen ist eine zweiseitige Angelegenheit. Sie sollten gemeinsam mit Ihrem Kunden an Lösungen arbeiten. Binden Sie den Käufer mit ein in den Prozess, dieser sollte sich nicht wie ein Zuschauer in einer Verkaufsveranstaltung fühlen.

#CoCreation

//

//

15

Beeinflussen Sie die Denkweise des Kunden

Einflussnahme im Vertrieb
bedeutet, die Führung
übernehmen und den Käufer auf
dem Weg zum Kauf zu begleiten.

\\

//

15

Wenn Sie den Kunden auf dem Weg zur Entscheidung begleiten wird diese nicht nur zu Gunsten des Käufers ausfallen, sondern auch zu Ihren eigenen.

//

//

16

Flexibler Kaufprozess

Passen Sie Ihren
Verkaufsprozess an ihren
Kunden an.

//

//

16

Es ist wichtig einen bewährten Verkaufsprozess zu haben, aber noch wichtiger ist es diesen agil zu halten.

Richten Sie sich nach Ihren Kunden und deren Kaufprozessen.

Seien Sie flexibel und verstehen Sie die Prozesse.

So heben sich von der Masse ab.

\\

//

17

Entwickeln Sie „Buyer Champions“

Vertrauen stärkt die
Verkaufsbeziehung und befähigt
die Käufer, sich in ihrem
Unternehmen für Sie einzusetzen.

\\

//

17

Hochrangige Entscheidungsträger hören eher auf jemanden aus den eigenen Reihen, als auf einen Verkäufer von Außen.

Sie werden selten dabei sein können, wenn die Einkaufsentscheidung getroffen wird, aber Sie können Vertrauen aufbauen und sicherstellen, dass jemand
- ein Buyer Champion - in Ihrem Namen mit dem C-Level spricht.

\\

//

18

Differenzierung

Da Käufer heute besser informiert sind als je zuvor, ist es für Verkäufer nicht einfach, sich von der Masse abzuheben.

//

//

18

Schema F reicht in Verkaufsgesprächen nicht aus:
Sie müssen proaktiv einen Mehrwert für Ihren
Kunden schaffen.

Die besten Verkäufer unterscheiden sich in vier
Bereichen:

1. Sie selbst
2. Ihr Angebot
3. Das Unternehmen
4. Die Ergebnisse, die der Kunde erreichen kann

\\

//

19

Testimonials

Empfehlungen können Ihre
Akquisitionsbemühungen
ankurbeln und schneller zum
Ziel führen.

//

//

19

Auch wenn es vielen
Verkäufern unangenehm ist:
generieren Sie Empfehlungen.

Am einfachsten geht das über
LinkedIn.

//

//

19

Hierfür sollten Sie sich rüsten:

- Aktualisieren Sie Ihr LinkedIn-Profil
- Geben Sie selbst Empfehlungen
- Stellen Sie wertvolle Inhalte bereit
- Liken und kommentieren Sie, seien Sie aktiv!

//

//

20

Vertriebscoaching

Suchen Sie sich einen guten Salescoach oder einen Mentor.

Ein regelmäßiger Coaching-Rhythmus macht Sie zu einem besseren Manager/Verkäufer.

//

//

20

Vertriebscoaching

Gerne stehe ich als Mentor
und Sparringspartner bereit.

Sprechen Sie mich an!

//

Beherrschen Sie diese
Fähigkeiten, um sich einen
Vorteil gegenüber der
Konkurrenz zu verschaffen
und Ihre **Ziele zu
erreichen.**

Seien Sie sich Ihren
eigenen Stärken und
Schwächen im Klaren.
Setzen Sie Prioritäten bei
den Fähigkeiten, die für Sie
am wichtigsten sind.

Planen Sie Ihre
Entwicklungsbemühungen.
Zeit, die Sie damit
verbringen, sich zu
verbessern, ist nie
verschwendet.

#lifelonglearning



Willkommen an Bord!



SALES CAPTAIN. INTERIM.



Your life buoy!

