

Anregungen für den wertvollen Vertrieb Das Kundengespräch, auch auf die Verpackung kommt es an

Diese Anregungen konzentrieren sich auf die Vorbereitung eines Kundengesprächs und das Drumherum.

1 Der Anlass dieses speziellen Kundengesprächs?

Hier geht es um den Grund, warum das Gespräch überhaupt stattfinden soll:

- Kontakt zum Stammkunden aufrecht erhalten,
- Erstkontakt nur Kennenlernen,
- Erstbesuch Ausloten von Arbeitsfeldern,
- Entscheidung Auftragsvergabe,
- Review eines Projektes,
- Präsentation von Ergebnissen,
- Planungsgespräch für die nächste Zeit, nächstes Jahr usw.,
- Rückschau auf vergangenes Jahr,
- Danke-Schön und wie-geht-es-weiter,
- Verabschiedung der eigenen Person oder des Ansprechpartners.

Ihrem Ansprechpartner sollte dieser Anlass nicht nur bekannt sein, er sollte damit übereinstimmen.

2 Ihr Ziel dieses Kundengesprächs

Das Ziel hat natürlich etwas mit dem Zweck zu tun, ist aber längst nicht dasselbe. Überlegen Sie sich genau, ob Sie Ihrem Kunden Ihr Ziel mitteilen wollen. Einerseits könnten Sie den Gesprächspartner verschrecken „ich möchte einen Auftrag mit nach Hause nehmen“. Andererseits kann es eine vorhandene Vertrauensbasis zwischen Ihnen und dem Kunden noch verstärken, wenn Sie ganz offen Ihr Ziel mitteilen.

Auf jeden Fall sollten Sie Ihr Ziel kennen. Formulieren Sie ein realistisches Minimal- und ein realistisches Maximalziel für das Gespräch. Wenn Sie notwendige Vollmachten für die Verfolgung dieser Ziele noch nicht haben, holen Sie sich das „Okay“ von Ihrem Chef frühzeitig vor dem Kundengespräch.

Beispiel 1:

Minziel: Leistungen yz, Preis 23, Einzelauftrag.
Maxziel: Leistungen xyz, Preis 45, Rahmenvereinbarung.

Beispiel 2:

Minziel: Erstkontakt nur Kennenlernen.

Maxziel: Kunde möchte konkretes Angebot

Folgende Frage hilft Ihnen bei der Zielformulierung: „Was wird nach dem Treffen anders sein als vorher?“.

3 Gesprächsteilnehmer

Auch über diesen Punkt stimmen Sie sich mit Ihrem Kunden am besten schriftlich ab. Folgende Fragen helfen, die Teilnehmerliste zu erstellen. Wer *muss* an dem Gespräch teilnehmen (welche Person, welche Funktion)? Warum? Wer *kann* an dem Gespräch teilnehmen? Warum?

4 Agenda

Wer schreibt die Agenda? Wenn der Kunde einlädt, wird er Ihnen wahrscheinlich auch eine Agenda zukommen lassen. Wenn nicht oder wenn Sie sich selbst einladen, sind Sie für die Agenda verantwortlich, auch wenn es sich nur um eine sehr kurze Email handelt.

Folgende Punkte gehören in die Agenda:

- Titel und Zweck,
- Startzeitpunkt, Zeitrahmen, Pausen, gemeinsame Mahlzeit?
- Teilnehmer,
- Gesprächspunkte,
- Benennung oder Einfügen notwendiger Unterlagen für die Vorbereitung bzw. für das Gespräch,
- Änderungen.

Bitte Sie die Gesprächsteilnehmer zu bestätigen, dass Sie die Agenda erhalten haben. Nutzen Sie dafür aber bitte nicht die Kontrollfunktion von Outlook oder anderen Programmen, mit der Sie sehen können, ob jemand eine Email geöffnet hat.

5 Ihre Gesprächsvorbereitung

Bereiten Sie das Gespräch frühzeitig genug vor. Vielleicht benötigen Sie noch Informationen, die Sie erst beschaffen müssen?

Überlegen Sie sich den Nutzen und die Ziele Ihres Gesprächspartners. Mit welchen Zielen

geht er in Ihr Gespräch? Was braucht er von Ihnen selbst und von Ihrer Firma?

Erstellen Sie eine Liste mit Fragen, die Ihr Gesprächspartner stellen wird. Fragen Sie an dieser Stelle doch einen Kollegen, ob er sich als Probe-Gesprächspartner zur Verfügung stellt. Oft ergeben sich in einem solchen Testlauf Fragen, an die man selbst gar nicht gedacht hat, insbesondere dann, wenn man selbst wirklich fit im Thema ist.

Wer ist für die Gesprächsführung verantwortlich? In der Theorie führt derjenige, der einlädt, auch durch das Gespräch. In der Praxis ergeben sich oft ganz andere Konstellationen.

Planen Sie die Anfahrt so, dass Sie pünktlich sind.

6 Vor der Abfahrt

Gehen Sie vor der Abfahrt ganz bewusst Ihre Checkliste durch, um möglichst nichts zu vergessen. Hier einige beispielhafte Punkte:

- Vertretung in Abwesenheit regeln,
- eigene Zentrale informieren,
- Agenda,
- Anfahrplan,
- Kundenunterlagen
- Firmen- und Produktunterlagen,
- Schreibmappe, Stifte,
- Visitenkarten,
- Handy und Ladegerät,
- Terminkalender
- Laptop mit Netzgerät usw.,
- Give aways.

7 Auch geistig ankommen

Kommen Sie nicht nur körperlich, sondern auch geistig an. Vergessen Sie, welche Termine Sie heute noch nach diesem Gespräch haben werden. Schalten Sie Ihr Handy aus. Konzentrieren Sie sich auf Ihren Gesprächspartner.

1) Die persönliche Seite:

Wie ist Ihr Kunde heute drauf: ist er im Stress, ist er entspannt, wie geht es ihm? Wenn Sie sich schon kennen, greifen Sie einen persönlichen Punkt aus Ihrem letzten Gespräch auf: „Sie waren doch im Urlaub ...“.

2) Die berufliche Seite:

Hat sich in der Organisation des Kunden etwas geändert? Welche besonderen Aufgaben bearbeitet der Kunde zur Zeit?

Seien Sie auch hier offen für Fragen zu Ihrer Funktion bzw. Firma und antworten Sie kurz und optimistisch.

8 Endlich: das Gespräch

Zu diesem Thema gibt es weitere „Anregungen für den wertvollen Vertrieb“. Hier nur kurz: Vergessen Sie bitte das Zuhören nicht. Wer hat nun wirklich (informell) den Vorsitz im Gespräch?

9 Ende des Gesprächs

Der vereinbarte Zeitrahmen ist bald zu Ende, Sie sind aber gefühlt noch mitten im Gespräch? Sprechen Sie es an. Vereinbaren Sie, ob Sie das Gespräch verlängern oder nicht.

Am Ende des Gesprächs wird der Vorsitzende das Gespräch zusammenfassen. Falls nicht, bitten Sie darum, kurz zusammenfassen zu dürfen: „Wir haben uns heute bezüglich ... getroffen. Das Gespräch war für mich wertvoll, weil ... Es haben sich folgende Punkte, Aufgaben, Termine, Schritte usw. ergeben. ...“.

10 Nach dem Gespräch

Derjenige, der für die Agenda verantwortlich war, ist es auch für das Protokoll. Falls Sie weder die Agenda geschrieben noch ein Protokoll erhalten haben, schreiben Sie selbst ein Protokoll. Es kann ein kurzes Danke-für-das-Gespräch-Schreiben an die Gesprächsteilnehmer sein, in dem Ihre kurze Gesprächszusammenfassung wiederholt wird, oder ein umfangreiches formales Gesprächsprotokoll.

Es ist selbstverständlich für Sie, die Aufgaben, die Sie zugesagt haben, pünktlich zu erledigen.

11 Weitere Infos und Quelle

Ich freue mich, dass diese Anregungen nützlich für Sie sind. Setzen Sie sich einfach mit mir in Verbindung, um dieses oder andere Themen in Ihrem Unternehmen zu vertiefen.

Wertvoller Vertrieb
Dr.-Ing. Meike Wiarda
Alte-Uslarer-Str. 3
37181 Hardegsen
Tel.: 05505-625924
Mobil: 0173-9459296
info@wertvoller-vertrieb.de
<http://www.wertvoller-vertrieb.de>