



Hey!

Ich freue mich so sehr, dass ich Dich zu diesem Training willkommen heißen darf.

Ich habe meine Klienten gefragt, womit ich Dich konkret und nachhaltig in Deinem Erfolg unterstützen kann.

Die Mehrheit ist der Meinung gewesen, dass es an praktisch umsetzbaren Ideen fehlt, mit denen man für seine Kunden und Interessenten einen echten, erlebbaren Unterschied in der Zusammenarbeit schafft und sich selber unvergesslich macht.

Es gibt im täglichen Business-Alltag *so viel*, das erledigt werden will. Auch ein echtes Soul Signature Business® bedeutet organisatorischen und administrativen Aufwand.

Dazu kommt für Viele die Sorge, nicht genügend Kunden zu haben. Die Schwierigkeit, neue Kunden zu gewinnen. Der Verkaufsdruck.

Wenn es Dir so geht wie vielen meiner Klienten, dann LIEBST Du es, IN Deinem Business zu arbeiten. Du brennst für DEIN Thema. Du liebst die Arbeit mit Deinen Kunden. Und Du würdest nichts lieber tun, als viel mehr Zeit für Deine Kunden zu haben und weniger Aufwand auf Marketing- und Verkaufsaktivitäten verwenden zu müssen.

Für mein Klienten baue ich eine Brücke zwischen Spirit & Sales. Wir erarbeiten Wege, die die Beziehung zu Kunden und Interessenten in den Mittelpunkt stellt. Auf diese Weise entsteht auf natürliche Weise eine Premium-Strategie für Marketing und Verkauf, die sich ganz leicht in Dein Business einfügt. Du baust nachhaltig loyale Traum-Kundenbeziehungen auf und gewinnst begeisterte Kunden, für die Du unvergessliche Erlebnisse kreierst.

In diesem Praxisratgeber teile ich 28 der besten Ideen mit Dir, die Dein Live Style Business funkeln lassen und mit denen Du als Unternehmer nachhaltig mehr Umsatz machst. Wenn auch Du diese Ideen wirklich UMSETZT - statt dieses Ebook auf Deiner Festplatte Patina ansetzen zu lassen ;-) - dann WIRST Du damit Erfolg haben.

Much love, Christina



M e h r i s t m e h r

Wenn Du Deine Kunden wirklich begeistern willst, dann musst Du MEHR tun als andere. Mehr als sie erwarten.

Und Du musst es immer wieder tun. Immer. Wieder. TUN!

+ Begeisterte Kunden sind loyaler, sie kaufen öfter und sie kaufen hochpreisiger als nur zufriedene Kunden!

Das entscheidende bisschen an "Mehr", welches Dich als Unternehmerin positiv von anderen Anbietern unterscheidet, findet dabei vorwiegend auf der Beziehungsebene statt.

Top-Produkte und High Level Service sind die Grundlage. Die Kombination aus all dem prägt Dein Image UND sie ist der Schlüssel zu langjährigen, stabilen und vertrauensvollen Kundenbeziehungen.

Wer seine Kunden langfristig begeistern will, muss sich immer wieder etwas Neues einfallen lassen.

Menschen gewöhnen sich schnell an Umstände. Auch an Luxus ;)

So wird auch das Außergewöhnliche schnell gewöhnlich und als normal vorausgesetzt.

Brenne also nicht all Deine Ideen einem Feuerwerk gleich nieder - sondern setze immer wieder auf's Neue Highlights.



W e r d e z u m H e l d D e i n e r K u n d e n

Biete einen einzigartigen, großartigen und verlässlichen Service, der Deine Kunden umhaut. Baue eine wertschätzende Beziehung zu ihnen auf und entwickle individuelle Lösungen für ihre Probleme. Inkl. für die Probleme, von denen sie noch nicht mal wussten, dass sie sie haben.

Werde zur HELDIN Deiner Kunden indem Du ihnen eine verlässliche HILFE bist. In jeder Beziehung.

Sobald der Kunde gekauft hat - egal ob Produkt oder Dienstleistung - musst Du LIEFERN.

Und wenn der Kunde doch mal Anlass zur Beschwerde findet?

**Kulante Hilfe auch und gerade bei Reklamationen
macht den entscheidenden Unterschied!**

Schaffe das Problem so schnell wie möglich aus der Welt. Zeige Dich kulant - auch dann, wenn Du das Problem nicht verursacht hast, denn negative Erlebnisse und Empfindungen bleiben deutlich länger im Gedächtnis als positive. Soweit sollte es also möglichst nicht kommen.

Argumentiere nicht mit Kunden und diskutiere niemals herum.
Es bringt Dich unternehmerisch nicht weiter "Recht zu haben" ;)



Nutze die Magie des persönlichen Kontaktes

In Zeiten, in denen ein Großteil der Kommunikation digital geführt wird, ist der persönliche Kontakt etwas Außergewöhnliches!

+ Schön ist, wenn Du an den Geburtstag Deines Kunden denkst.
Noch viel schöner ist es, wenn Du persönlich zum Hörer greifst und ihn anrufst, um ihm zu gratulieren.

Neben der Flut an Mails - vom Versandhaus bis zur örtlichen Apotheke - wirst DU garantiert in Erinnerung bleiben. Auch dann noch, wenn 90% der Geburtstagsmails längst ungelesen gelöscht wurden.

Eine kurze, persönliche Gratulation zum Geburtstag oder besonderen Anlässen schlägt heute auch das Versenden von handschriftlichen Karten um Längen!

Nutze den Vorteil der persönlichen Bindung, den Du als regional ansässige Unternehmerin gegenüber großen Mitbewerbern und dem reinen Onlinehandel hast und spiele diese Karte gezielt!



NIMM NICHT JEDEN KUNDEN AN

Manchmal ist das einzig richtige, was Du tun kannst, die Zusammenarbeit mit einem Kunden abzulehnen.

Nicht jeder Interessent/Kunde passt zu Dir. So wie Du nicht zu jedem
+ Interessenten/Kunden passt.

Solltest Du das Gefühl haben, dass Eure Zusammenarbeit zu keiner win-win-Situation führt - dann habe den Mut, hier ganz klar zu sein.

Damit ersparst Du sowohl Dir als auch dem anderen jede Menge Unzufriedenheit und Ärger.

Aus Studien wissen wir, dass 31% aller unzufriedenen Kunde mit mindestens einer weiteren Person darüber sprechen!

Damit ist Dir mittel- bis langfristig NICHT geholfen.

Neben diesem negativen Effekt sparst Du Dir jede Menge Zeit, Energie und Nerven, die Du besser für DIE Kunden investierst, die wirklich mit Dir arbeiten wollen und für die auch Du tatsächlich ein Gewinn bist!



N I M M D I R Z E I T

Die persönlichen Gespräche mit Deinen Kunden gehören zu den wichtigsten Momenten Eurer Beziehung.

Nimm Dir FÜR JEDES persönliche Gespräch ausreichend Zeit.

+
Gespräche unter Zeitdruck erzeugen ein atmosphärisches Störfeld. Dein Gesprächspartner wird Deine Signale bemerken - selbst wenn Du bemüht bist, ihn Deine Anspannung nicht spüren zu lassen. Und er wird sich unwohl fühlen. Manchmal ohne genau benennen zu können, WARUM! Schlecht.

Organisation ist das halbe Business- Leben!

1. Plane für Kundengespräche einen 10 bis 15-minütigen Puffer ein.
2. Biete für offene Fragen zwischendurch feste Telefonzeiten und/oder persönliche Sprechzeiten in Deinem Geschäft an.
3. Solltest Du dies nicht darstellen können oder wollen, vereinbare für jedes Gespräch einen festen (Telefon-) Termin.
4. Führe niemals Gespräche ad hoc unter Zeitdruck. Sprich es offen an und vertage dann auf einen festen, kurzfristigen (Telefon-) Termin.



E i n f a c h g e d a c h t

Denke die Dinge nicht komplizierter als sie sind oder als manche Verkaufstrainer und Marketingexperten Dir weismachen wollen. Wenn Du durchdrehst, bist Du nicht mehr gut! Und schon gar nicht besser als gut!

+

Wenn Dir der gesamte Verkaufs- und Marketingprozess mal wieder über den Kopf zu wachsen droht und die vielen Ratschläge, Strategien, To-Dos und Dont`s Dich völlig verwirren, dann besinne Dich auf das, was zählt: Auf Deinen gesunden Menschenverstand und auf Deinen Kunden!

RELAX!

Have Fun!

LOVE IT!

&

Keep it simple:

1. **MARKETING:** Jedes Marketingversprechen ist ein Kredit auf das Vertrauen Deiner Interessenten/Kunden. Sorge dafür, dass Du Deinen Kredit auch zurück zahlen kannst!

2. **VERKAUF:** Im Kundengespräch geht es um den Kunden! Stelle die richtigen Fragen, um herauszufinden, was er braucht und will, präsentiere ihm das bestmögliche Angebot, welches sein(e) Problem(e) löst und hilf ihm dabei, eine (Kauf-) Entscheidung zu treffen.



K u n d e n l i e b e n E v e n t s

Nutze mehrmals im Jahr die Gelegenheit, Kunden persönlich zu kleineren Veranstaltungen einzuladen.

Aus den Augen - aus dem Sinn!?

Mache es besser! Mache Dich sichtbar und bringe Dich in Erinnerung.

Möglichkeiten gibt es unendlich:

- Eine kleine Produktpräsentation mit Umtrunk statt dem xten Produkt-Newsletter
- Ein Vortrag zu einem mit Deinem Business verwandten Thema, welcher Deinen Kunden einen echten Mehrwert bietet - und Dir im Anschluss die Möglichkeit des sogenannten cross-sellings.

Kooperiere hierzu mit anderen Unternehmern. Viele freuen sich über solche Gelegenheiten!

- Der Tag der offenen Tür
- Eine Spendenveranstaltung, mit der Du eine regionale Aktion unterstützt
- Ein Glühweinstand auf dem lokalen Weihnachtsmarkt

Etwas angepasst lassen sich solche Kundenevents natürlich ebenso für ein Online-Business umsetzen.



Begleite die Kaufentscheidung

Hast Du eine Kaufentscheidung schon mal bereut?

Die teuren Schuhe, den Kurztrip nach London, der gerade eigentlich so gar nicht in's Budget passt? Die nächste Weiterbildung?

Kaufreue erhöht das Storno- und
Reklamationsrisiko!

Wenn Du an langfristigen Kundenbeziehungen interessiert bist - und das solltest Du sein - dann vermeide aktiv, dass der Kauf bei Deinem Kunden etwas anderes außer positiven Gefühlen hinterlässt.

Selbst wenn Dein Kunde Deine Produkte liebt - fast immer gibt es diesen Moment der Unentschlossenheit und Unsicherheit vor der endgültigen Entscheidung.

Hilf dem Kunden aktiv und umsichtig in der Phase der Entscheidungsfindung.

Vermeide jede Form von Druck hin zu vorschnellen Entschlüssen.

Bleibe am Bedarf des Kunden, kläre seine offenen Fragen und berate ihn zu der für ihn passenden Lösung.

Setze aber auch einen zeitlichen Rahmen, falls der Kunde sich unentschlossen zeigt und hilf ihm damit, eine mögliche Entscheidungsschwäche zu überwinden.



Nutze Die sozialen Medien

Halte Dich dort auf, wo Deine Kunden sind.

Und das ist heute nicht mehr nur der Chor oder Sportverein - sondern es sind auch die sozialen Medien.

Persönlicher Kontakt und Präsenz schafft Vertrauen!

Das hat früher schon gegolten - und genau nach diesem Prinzip funktioniert es auch heute noch. Und damit ist die Geschichte um die Dringlichkeit als Unternehmerin in den sozialen Medien unterwegs zu sein auch schon fast zu Ende erzählt.

Beispiele?

- Floristin: Poste täglich einen Strauß auf Instagram und teile DIY-Tipps auf Facebook.
- Hundetrainerin: Teile täglich ein lustiges Hundebild via Twitter und wöchentliche Erfolgsstories Deiner Schützlinge auf Facebook.
- Anwältin: Blogge verständlich über aktuelle Urteile und teile die Artikel via Twitter.
- Immobilienmaklerin: Zeige virtuelle Rundgänge durch Deine Immobilien auf Deinem YouTube-Kanal und poste Wissenswertes zum Immobilienkauf auf Facebook.

Was Du gewinnst: Über kontinuierliche Sichtbarkeit und kostenlosen Input baust Du Vertrauen in Deiner Zielgruppe auf. Der Grundstein jeder Kundenbeziehung. Früher wie heute



Konzentriere Dich auf den Nutzen

Niemanden interessieren 151 Produktvorteile.

Niemand kann sich 151 Produktvorteile merken.

Wenn Du Deine Produkte und Dienstleistungen präsentierst, dann beschränke Dich auf das Wesentliche! Halte keinen Fachvortrag!

Menschen können sich nur eine
bestimmte Anzahl an Fakten simultan
merken und ... sie erinnern sie falsch!

Deinen Kunden interessiert vor allem eins: "Welchen NUTZEN habe ich davon?" AN DEN kann er sich auch besser erinnern!

Übersetze Deine Produktvorteile für Deine Präsentation in Kundennutzen.

Beschränke Dich auf max. 3-5 für den Kunden wesentliche Punkte!

MERKE:

Produktvorteil: Was kann es?

Kundennutzen: Was bringt es mir?



Der erste Eindruck zählt

Mindestens genau so wichtig wie die sogenannte Abschlussphase im Kundengespräch ist der perfekte Gesprächseinstieg.

Hier geht es nur um eins: Um den Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung zu Deinem Gesprächspartner.

Der Ausgang eines Gespräches
entscheidet sich oft schon zu Anfang!

Vergiss Smalltalk-Fragen. Weder das Wetter noch das Bild an der Wand sind dienlich noch thematisch ergiebig. (Es sei denn, wir haben ein Jahrhundertunwetter oder das Bild begeistert Dich wirklich so richtig).

Statt dessen schaffe einen Raum für Deinen Kunden, in dem er ankommen darf. Nimm Dich zurück und spüre in die Situation: Wo steht Dein Kunde? In welcher Stimmung ist er? Was braucht er jetzt von Dir als Gesprächspartnerin?

Gerne frage ihn - mit echtem Interesse: Wie war denn IHR Tag bisher?

Merke: Dein Kunde ist auch nur ein Mensch! Und er bringt seinen eigenen Rucksack an Emotionen mit in das Gespräch.



Bleibe in Kontakt mit Neukunden

Verliere Deine neuen Kunden nach dem Verkauf nicht vom Radar.

Bleibe mit ihnen in der gleichen Intensität in Kontakt wie mit Interessenten.

Ein unvergessliches Käuferlebnis endet
nicht mit dem Kauf!

Als Beispiel für eine solche Kontaktschleife kann das Folgende dienen:

Sende im Abstand von etwa 10 Tagen Briefe oder E-Mails.

1. Bedanke Dich für die Zusammenarbeit und das Vertrauen.
2. Stelle Dein Team und spezielle Ansprechpartner vor.
3. Biete einen Follow-Up-Termin zur Klärung möglicher neuer Fragen an.
4. Bitte den Kunden, als Testimonial für Deine Homepage oder Deine Prospekte ein Feedback zu geben
5. Versende eine kleine Aufmerksamkeit - Vitamine in der kalten Jahreszeit/eine kleine Tüte mit Sonnenblumensamen/einen Gutschein mit Bezug zu einem Interesse des Kunden/einen Artikel/eine Zeitschrift, die ihn interessieren wird ...
verbunden mit ein paar persönlichen Worten.

Deiner Fantasie sind hier keine Grenzen gesetzt - und es gibt unzählige weitere Möglichkeiten.



H i n z u o d e r w e g v o n ?

Erst wenn Du die Gefühle Deines Kunden verstehst, bist Du in der Lage zu verstehen, was er wirklich will.

Was der Kunde braucht (Bedarf) und was er will (Bedürfnis) muss nicht deckungsgleich sein!

Menschen handeln aus 2 Motiven. Weg von etwas oder hin zu etwas.
Auch Dein Kunde bezieht seine Kaufmotivation aus einer der beiden Strategien.

Wie tickt Dein Kunde? Finde es heraus! Nur so kannst Du Dich richtig auf ihn einstellen. Was entscheidend ist. Denn Deine Aufgabe als Expertin zu Deinem Thema besteht auch darin, eine mögliche Lücke zwischen Bedarf und Bedürfnis zu verkleinern. Dabei hilft Dir eine individuell kundengerechte Argumentation.

2 Beispiele:

- "Dank unseres hohen Lagerbestandes und der schnellen Lieferzeiten werden Sie nie wieder den Ärger ihrer Auftraggeber aushalten müssen." (weg-von)

"Dank unseres hohen Lagerbestandes (...) werden sie es schnell zu deutlich mehr zufriedenen Auftraggeber bringen." (hin-zu)



Dein Energiesatz - Auf den Punkt gebracht

Wenn andere 60 Sekunden für ihren berühmten "Elevator Pitch" brauchen, dann bring Du es in 30 Sekunden auf den Punkt. Konzentriere Dich auf Deine SOUL Message und KISS (Keep it short and simple)!

Deine Kurzvorstellung muss jeden aufwecken!

Mit dem berühmten Elevator Pitch stellst Du Dich bildlich gesprochen im Aufzug in der Zeit zwischen 2 Stockwerken vor.

Ich spreche lieber vom Energiesatz. Eine Vorstellung, die kraftvoll ist und bereits aufhorchen lässt, hilft Dir dabei, Dich abzuheben und im Gedächtnis zu bleiben.

Für die Formulierung Deiner authentischen Selbstvorstellung darfst Du ruhig ein wenig mehr Zeit einplanen. Hier prägnant zu formulieren ist nicht immer einfach und Du wirst Deinen Satz erfahrungsgemäß mehrfach umbauen, bis er sitzt.

Vermeide Fachjargon, stelle Deine Spezialisierung heraus (Bereich oder Zielgruppe) und nenne 1-2 Highlights, die Dich deutlich unterscheidbar von Deinen Mitbewerbern machen. Auch hier gilt: Denke in (Kunden-)Nutzen und nicht in Vorteilen! Sei emotional.



Zu viel Stress killt Kreativität und Leistung

Du gibst Gas. Du arbeitest viel. Sehr viel. Zumeist sehr gerne.

Du bewegst eben gerne was. Erreichst gerne viel. Du bist immer unterwegs mit einer neuen Idee, einem neuen Projekt. Setzt Dir laufend neue Ziele. Und Du bist gut. Sehr gut!

Aber nur bis zu einem bestimmten Punkt.

Es gibt einen Punkt im Verkauf, ab dem
man einfach keine Leistung mehr bringen
kann!

Der Punkt heißt Überarbeitung!

- Wenn Du feststellst, dass Du anfängst, wie eine nervöse Tigerin im Kreis zu laufen, wenn sich irgendetwas mal verzögert...
- Wenn Du das Gefühl hast, Du möchtest jeden dauernd zusammenfalten, weil alle zu blöd für alles sind - Ehemänner, Kinder, Haustiere, Mitarbeiter, Kunden...

Dann brauchst Du dringend eine Pause und ein oder zwei Runden in etwas gepflegterem Tempo!

Merke: Leistungsfähigkeit und Kreativität setzen einen gesunden Energiehaushalt voraus: körperlich, geistig und seelisch.



R a u s a u s d e r R a b a t t f a l l e

Setze Dir zum Ziel, Rabatte nur in Ausnahmefällen zu vergeben und verteidige Deine Preise immer mindestens einmal!

Fakt ist: Es wird immer jemanden geben, der billiger ist als Du. Und immer einen, der teurer ist. Wenn Du Deine Preise sauber kalkuliert hast, dann stehe zu ihnen! Vor allem, wenn Du MEHR bietest als der übliche Durchschnitt.

Nachlässe sind keine Schleuder-
Gimmicks. Als solche verlieren sie ihren
Wert!

Setze sie da ein, wo sie gerechtfertigt sind:

- Du honorierst eine besondere, vielleicht langjährige oder neue und sehr umfangreiche Kundenbeziehung.
- Du gibst einen Bonus für eine Gegenleistung Deines Kunden oder Interessenten.
- Du willst ein zeitlich begrenztes Willkommens- oder Jubiläums-Angebot machen.

Wenn Du Dich im Gespräch sofort und jeder Preisdiskussion beugst, wie glaubwürdig bist Du dann als Unternehmerin?



Das Beste zum Schluss

Der erste Eindruck zählt - das Ende bleibt haften, sagt man.

Im Verkauf wird gerade das Ende erschreckend oft vernachlässigt.

Ein Kundengespräch ist nicht mit dem Verkauf zu Ende!

Gestalte auch das Ende des Verkaufsprozesses/Gesprächs positiv und wertschätzend, sonst zerstörst Du den bisherigen positiven Eindruck wieder.

- Lasse nicht das Gefühl von Zeitdruck entstehen. Plane 10-15 Minuten Zeit ein für die letzten Schritte. Du bist nicht auf der Flucht!
- Eröffne die abschließende Fragerunde für den Kunden
 1. Welche Fragen haben Sie noch an mich?
 2. Was darf ich sonst noch tun für Sie?
 3. Benötigen Sie weitere Hilfe von mir?
- Vereinbare verbindlich die nächsten Schritte
- Verpacke Dein Produkt ansprechend und gerne außergewöhnlich (ACHTUNG: auch ein Vertrag oder schriftliches Angebot ist ein Produkt)
- Kassiere niemals "rasch nebenher"
- Bedanke Dich für das Gespräch und das Vertrauen
- Achte auch bei der Verabschiedung auf Deine Körpersprache:
Halte Blickkontakt, achte auf Deinen Händedruck.
- Sei PRÄSENT bis zum Schluss.



Nutze jede Gelegenheit für eine Empfehlung

Ein begeisterter Kunde ist Dein stärkster Verbündeter in der Neukundengewinnung. Mache das Empfehlungsgeschäft zur REGEL und nicht zur Ausnahme in Deinem "daily business".

Ein begeisterter Kunde ist ein starker
Empfehlungsgeber und eine
überzeugendes Testimonial.

Binde Empfehlungsmarketing in jede Deiner Kundenbeziehungen ein und nutze es auch im Gespräch mit potentiellen Neukunden.

Gehe dabei verbindlich und strukturiert vor:

- Stelle dem Interessenten/Kunden zu Beginn des Gespräches vor, dass Du über Empfehlungen arbeitest.
- Kündige gleich zu Anfang an, dass Du auch ihn im Falle einer erfolgreichen Zusammenarbeit nach Empfehlungen fragen wirst.
- Nutze einen positiv aufgeladenen Moment, um die Empfehlungsfrage einzulösen (z.B. unmittelbar anschließend an den Kauf).
- Frage nach konkreten Empfehlungen und der Erlaubnis, den Kontakt aufnehmen zu dürfen und Dich auf ihn zu beziehen. Damit behältst Du die Kontrolle über den Prozess und nimmst Deinem Kunden den Druck, weiter agieren zu müssen.
- Bedanke Dich mit einer Aufmerksamkeit für jede neue Empfehlung.



Sei einzig statt artig

Wann hast DU das letzte Mal darüber nachgedacht, was Du alles anders machen kannst?

Es bieten sich nahezu alle Bereiche Deines Unternehmens an. Angefangen von der Website, Visitenkarten, Prospekten, Produkten, Einrichtung, Deine Voice-Mail, Dein E-Mail Responder, Deine Gesprächseröffnung, ein besonderer Service, Deine Räumlichkeiten, Deine Verpackungen bis hin zu Präsenten, Briefumschlägen usw usw.

Bist du überall Durchschnitt?

Branchenüblicher Standard?

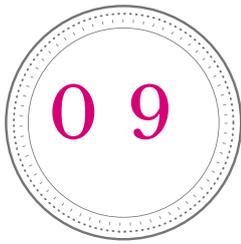
Vergleichbar wie eine x-beliebige

Backmischung?

Guess what?  Dein Kunde wird die günstigere Backmischung kaufen.

Es sei denn.....Du machst etwas NEU, ANDERS!

Denn wenn Du Dich in Nichts unterscheidest, wird der Kunde das einzige Merkmal heranziehen, anhand dessen er einen Unterschied feststellen kann und das ist am Ende der Preis.



Erst der Mensch - dann die Rolle

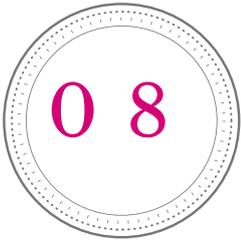
Nutze die ersten 15 Minuten eines jeden Gespräches, um über alles andere zu reden - außer über den Anlass des Termins. (Bei Geschäftskundenterminen kann es sein, dass Du diese Phase verkürzen musst - aber das Gespür dafür wirst Du schnell entwickeln.)

Diese 15 Minuten geben dem Interessenten und/oder Kunden die Gelegenheit anzukommen UND zu Dir als Person eine Bindung aufzubauen.

Du bist nicht in erster Linie
Unternehmer sondern Du bist ein
Mensch, der ein Business führt!

Gewähre Deinem Gesprächspartner einen Blick hinter Deine Rolle. Zeige Dich als Person. Je nach Branche, in der Du tätig bist, baut Deine berufliche Rolle Hemmschwellen auf (besonders betroffen bist Du z.B. als Steuerberaterin, Anwältin, Notarin, Finanzexpertin, Ärztin, Trainerin, Beraterin, Therapeutin tbc). Dein Angebot muss niedrigschwellig sein, wenn es gekauft werden soll.

Berücksichtigst Du dies bei der Kontaktaufnahme zu Beginn des Gespräches, wird der Verkaufserfolg höher sein.



Suche aktiv nach Multiplikatoren

Nutze die sozialen Medien zur Recherche. Finde DIE Menschen, die gerne und begeistert Produktrezensionen verfassen. Menschen, die viel ausprobieren, testen und darüber Reviews verfassen.

Besonders interessant sind auch heute immer noch Blogger oder YouTuber, die über Reichweite in Deiner Zielgruppe verfügen. Ihr Einfluss ist teilweise enorm.

Dabei ist weniger entscheidend WIE prominent und wie groß der Blogger oder YouTuber ist. Wichtiger noch als Reichweite ist die Interaktionsrate und -bereitschaft seiner Followerschaft.

Begeistere auch Deine
Kooperationspartner. Das fängt mit fairen
Angeboten zur Kooperation an!

Du kannst auch aktiv nach ganz normalen "Produkttestern" für Deine Top-Produkte suchen und die Suche sogar als Marketingkampagne in den Sozialen Medien nutzen.

Begeisterte Menschen sind
hochansteckend.
Begeisterung ist ansteckender als ein
Schnupfen.



Das M O M O Prinzip

Erfolgreiche Verkäuferinnen brennen nicht das ganz große Feuerwerk ab - sondern sie nehmen sich im Gespräch zurück. Ihnen geht es nicht um Selbstdarstellung sondern vor allem um den Kunden.

Mach es wie Momo. Sie konnte zuhören,
wie kein anderer!

Es geht weniger darum zu beweisen, dass Du DIE Top-Expertin bist und Du brauchst auch keine Las Vegas Lichtshow, um Deine Produktpräsentation in Szene zu setzen.

Viel entscheidender ist, dass Du dem Kunden genug Raum gibst und ihn erzählen lässt!

Merke:

Vielleicht bist Du heute der einzige Mensch, der Deinem Kunden wirklich ZUHÖRT!

Er wird es zu schätzen wissen. Mehr als Du Dir vielleicht vorstellen kannst.

Das gilt übrigens für Privat- wie Geschäftskunden gleichermaßen.



Werde zum Kunden- Profiler

Eine gute Vorbereitung ist der halbe Abschluss.

Je mehr Du über Deinen Interessenten/Kunden weißt, desto besser.

Die Auskünfte Dritter solltest Du dabei immer unter Vorbehalt betrachten, denn sie sind und bleiben subjektiv.

Das Internet ist eine auskunftsfreudige
Quelle. Über viele Deiner Interessenten
oder Kunden wirst Du online
Informationen sammeln können.

Wo arbeiten sie? Wofür interessieren sie sich? Wo stehen sie politisch? Wofür engagieren sie sich? Mit wem sind sie befreundet? Wofür geben sie Geld aus? Wohin reisen sie? Was lesen sie? Wem folgen sie in den sozialen Medien?

All dies kann Dir im Vorfeld des Gesprächs helfen, Dir ein Bild zu machen. Auch mögliche Einwände kannst Du an dieser Stelle bereits vorausahnen und Dich entsprechend darauf einstellen. Deine Recherche ergänzt Deine Bedarfsanalyse.

Bedenke: Auch Deine Kunden werden die Möglichkeit, Dich ergoogeln zu können, zunehmend wahrscheinlich nutzen!



Verlorenes Geschäft

Was glaubst Du, wie viele Abschlüsse Du pro Jahr verlierst, weil Du nicht konsequent und kontinuierlich bereits aufgenommene Beziehungen pflegst und regelmäßig nachfasst?

Fakt ist: Je höher der Invest und je erklärungsbedürftiger Dein Produkt - desto mehr Kontakte braucht es bis zur Kaufentscheidung.

Wenn Du Dein follow up verschlampst, dann verschenkst Du nicht nur eine Geschäftschance sondern Deine bisherige Zeit und Mühe war auf jeden Fall komplett fehlinvestiert.

Was Du tun solltest:

- Beende JEDEN Kundenkontakt mit einer verbindlichen Vereinbarung zum weiteren Vorgehen: Sowohl inhaltlich als auch zeitlich.
- Sorge dafür, dass jeder Kontakt dem Kunden Mehrwert bietet.
- Bleib stets fokussiert auf seine Situation, seine Probleme und mache deutlich, dass Du mit ihm zielgerichtet und effizient weiter an seiner Lösung arbeitest.
- Nutze Deine Chance: Die meisten Deiner Mitbewerber verschlampen ihr Follow Up. Garantiert ;)



Lerne Deine Kunden wirklich kennen

Als erfolgreiche Unternehmerin wirst Du regelmäßig Kontakt zu Deinen Kunden aufnehmen, um mit ihnen im Geschäft zu bleiben und das Risiko gering zu halten, dass ein Mitbewerber in diese Kundenbeziehung einbricht.

Du hast Sorge, zu aufdringlich zu sein?

Das wird nicht passieren, wenn es Dir gelingt, eine echte Kundenbindung aufzubauen.

Top-Unternehmerinnen wissen, was im
Leben ihrer Kunden vorgeht. Privat und
beruflich.

Biete Deinem Kunden vorausschauend Hilfe und Unterstützung an. Werde zu einem Orientierungspunkt für ihn, was DEIN Thema angeht.

Egal ob Du ihm nun Kleidung verkaufst, seine Steuersachen erledigst, seinen Hund trainierst oder die Fotos seiner Hochzeit und später aller großen Familienfeiern machst. Werde zur ersten Ansprechpartnerin, die ihm einfällt, wenn er nach einem PARTNER in Deiner Branche sucht.

Mache Dich unentbehrlich. Begeistere durch Service, gehe die Extra-Meile für Deine Kunden. Sei DA!

In einer solchen Geschäftsbeziehung wirst Du mit Deinen Anrufen auch keine genervte Reaktion auslösen! Im Gegenteil.



Verschaffe Dir mehr Kundenzeit

Wenn Du mehr verkaufen möchtest, dann musst Du mehr Zeit für gewinnerhöhende (verkaufende) Tätigkeiten verwenden und weniger Zeit mit Tätigkeiten, die Du besser abgeben kannst.

Theoretisch total einleuchtend - in der Praxis passiert häufig genau das Gegenteil!

Kenne Deinen Unternehmerlohn pro
Stunde und lagere alle Aufgaben, die
andere günstiger erledigen können, aus!

Der wichtigste Faktor in Deinem Unternehmen ist der Kunde.
Also sollte ihm persönlich auch der Großteil Deiner Zeit gehören!

Administrative Tätigkeiten im Kundenkontakt solltest Du daher delegieren. Die persönliche Beratung dagegen ist DEIN Job - oder der Job besonders dafür ausgebildeter Mitarbeiter Deines Teams.

Verbessere Dein Zeitmanagement falls notwendig. Eine bekannte Methode, die fast schon Kultstatus erreicht hat, ist GTD von David Allen (getting things done)



Ganz großes Kino

Hast Du gewusst, dass Du Deinen eigenen Kinowerbespot z.B. bei CINEMAXX sogar in einer Großstadt wöchentlich schon ab rund 82 Euro platzieren kannst und Du damit über 10.000 Besucher pro Woche erreichst?

Als lokales Unternehmen solltest Du auch lokal für Aufmerksamkeit sorgen. Nutze dabei v.a. auch Möglichkeiten, die nur wenige spielen.

Kinowerbung hat einen überdurchschnittlich hohen Erinnerungswert und transportiert perfekt auch die ganz großen Emotionen.

Durch die gezielte Platzierung vor bestimmten Filmen erreichst Du sogar sehr gezielt gewünschte Zielgruppen.

Eine solche Kampagne kannst Du perfekt kombinieren, indem Du z.B. Kinogutscheine verlost! Dies wiederum spielst Du auch in die sozialen Medien!

Ebenfalls bietet sich an, sich auch bei kleineren Programmkinos nach Werbung oder Kooperationen zu erkundigen.

Ein Vorführung NUR für Deine Kunden? Mit anschließendem Umtrunk? Möglich ist alles!



M e r c i C h e r i e

Bedanke Dich bei Deinen Kunden nach einem Geschäftsabschluss.

Und wenn Du hier NOCH etwas ANDERS machen willst als Deine Mitbewerber, dann versuche doch mal Folgendes: Bedanke Dich auch für kleine Verkäufe (in der Regel tatsächlich schon der erste Unterschied) mit einer größeren Geste (ein riesen Unterschied).

Kleine Torte statt vieler Worte - oder auch die süße Versuchung!

Ein amerikanischer Vorsorgeberater lässt seinen Kunden nach dem Abschluss eine SCHOKOLADENTORTE liefern. ALLEN Kunden!

Um die Torte herum drapiert er eine Girlande aus seinen Visitenkarten. Auch auf den Karton heftet er Visitenkarten.

Klingt ein bisschen "bluna"? Fakt ist, mit jeder Tortenaktion gewinnt er neue Kunden.

Ob Du nun Torten verschenkst oder Dir etwas anderes einfallen lässt:

Sei außergewöhnlich. Tue das Unerwartete. Bring Dich in`s Gespräch. Sei erinnerungswürdig. Frage Dich stets: Was kann ich tun für meine Kunden?

Und vor allem: Tue die Dinge aus vollem Herzen.

Gib, weil Du gerne gibst.

Liebe Deine Kunden - und Du wirst zurück geliebt!



Was du jetzt tun kannst...

Das waren 28 Ideen für mehr Kundenbegeisterung.

Einiges war vielleicht neu, manches hast Du eventuell auch schon gehört. Es gilt, was immer gilt:

Es ist nicht genug, zu wissen, man muß
auch anwenden; es ist nicht genug, zu
wollen, man muß auch tun. #Goethe

Wenn Du also wirklich etwas verändern willst, dann musst Du jetzt beginnen, diese Ideen in der Praxis für Dich umzusetzen! In welcher Reihenfolge Du die Dinge angehst, spielt dabei natürlich keine Rolle. Wie jede Unternehmerin möchte auch ich im Leben meiner Kunden einen Unterschied machen! Daher bitte ich Dich, mir zu vertrauen und wirklich AKTIV zu werden. Nur dann wirst Du den vollen Nutzen dieser Ideensammlung für Dich erleben dürfen.

Was Du jetzt noch tun kannst: Du möchtest meine Unterstützung beim Aufbau deines Business?

Ich habe zahlreiche Kurse und Trainings, die Dir helfen, online sichtbar zu werden, Kunden zu gewinnen und mit Leichtigkeit zu verkaufen.

Sicher ist auch für Dich der passende Kurs dabei. Schau einfach vorbei und triff deine Wahl!

www.christinabaier.online/programme

christinabaier.online