

Jürgen Dawo und Thomas Rupp



Verkaufen 2.0

Menschen anbieten, was sie suchen

DTE





www.meinquadro.de

Jürgen Dawo und Thomas Rupp: Verkaufen 2.0 – Menschen anbieten, was sie suchen
Quadro Nr. 31

© 2012 Down to Earth · Laubacher Str. 16 II · 14197 Berlin
Verkaufen 2.0 ist eine eingetragene Marke.

Gestaltung: www.michaelzimmermann.com
Fotos: photocase.com - kallejipp (1,6,14,22), willma... (30)
Lektorat: Kerstin Hack
Druck: Müller Fotosatz & Druck GmbH, Selbitz · Printed in Germany
ISBN: 978-3-86270-691-4; ISBN eBook: 978-3-86270-692-1

Die Zitate stammen aus der Zitate-Sammlung »Gut gesagt«, Down to Earth Verlag, 2008.

Impulshefte, Quadros und Bücher als Apps für Smartphones: www.textunes.de

Bezug

Im Buchhandel oder beim Verlag:
Down to Earth bei Chrismedia
Robert-Bosch-Str. 10
35460 Staufenberg

Tel: 06406 - 8346 0
Fax: 06406 - 8346 125
E-Mail: dte@chrismedia24.de

Mehr Inspiration und weitere Quadros gibt es unter
www.down-to-earth.de und www.meinquadro.de





*Der Mensch kann nicht zu neuen Ufern
aufbrechen, wenn er nicht den Mut
aufbringt, die alten zu verlassen.*

—André Gide

Entspannt verkaufen

■ Vorneweg die Auflösung eines Rätsels: Woher kommt der Begriff »Verkaufen 2.0«? Er lehnt sich an die Bezeichnung »Web 2.0« an. Jetzt fragst du dich vielleicht: Was hat das eine mit dem anderen zu tun? Der Begriff Web 2.0 beschreibt eine veränderte und erweiterte Nutzung des Internets, die sich etwa über die letzten 10 Jahre hinweg vollzog. Das Internet hat sich weiterentwickelt und bietet durch soziale Netzwerke, Foren und Mitmachseiten ganz neue Nutzungsoptionen. Im Web 2.0 steht – laut Gabler Wirtschaftslexikon – »nicht mehr die reine Verbreitung von Informationen bzw. der Produktverkauf durch Websitebetreiber, sondern die Beteiligung der Nutzer am Web und die Generierung weiteren Zusatznutzens im Vordergrund.«

Was hat das mit Verkaufen zu tun? Plötzlich reden Menschen miteinander in Foren und empfehlen sich gegenseitig Produkte und Dienstleistungen, schreiben Blogs über ihr Käuferleben, sorgen dafür, dass Negativerlebnisse von vielen gelesen werden.

So haben die Entwicklungen im Web 2.0 das Verbraucherverhalten nachhaltig verändert. Der Konsument ist mündiger geworden, kann sich im Internet rund um die Uhr informieren und seine Meinung in unzähligen Blogs oder bei YouTube kundtun. Er ist vorab besser informiert über Preise, Alternativen, Vor- und Nachteile von Produkten und den Ruf der Hersteller. Diese Veränderungen müssen sich zwangsläufig auf die Verkaufsstrategie auswirken. Denn der klassische Verkäufer mit herkömmlichen Verkaufsstrategien hat dem modernen Konsumenten nichts mehr zu bieten.

Jetzt kannst du darüber lamentieren, oder du nutzt diese Veränderung als Chance, um deine Verkaufsstrategie optimal an die neue Situation anzupassen. Am besten gleich so, dass Verkaufen mehr Spaß macht, entspannter abläuft, allen Beteiligten einen hohen Nutzen bringt und damit zu einer befriedigenderen und erfolgreicher Tätigkeit für dich wird.



Genau das will Verkaufen 2.0 erreichen. Es ist die logische Weiterentwicklung herkömmlicher Verkaufsmethodik. Die Antwort auf das Web 2.0 und die veränderten Anforderungen. Verkaufen 2.0 beschreibt keinen Verkaufsprozess, sondern einen Entwicklungsprozess. In dessen Mittelpunkt steht die Zukunft des Kunden und nicht die des Verkäufers. Es geht um den Kaufprozess des Kunden und nicht um den Verkaufsprozess des Verkäufers.

Letzterer wird zum Einkaufsberater. Er moderiert den Entscheidungsprozess des Interessenten und versorgt ihn mit den jeweils benötigten Informationen. Er ist als Mensch präsent und verzichtet auf starre Verkaufsmethodik. Vielmehr richtet er seine Aufmerksamkeit mit hoher Empathie auf den potenziellen Käufer und dessen Bedürfnisse. Gemeinsam mit diesem findet er heraus, welche Problemlösung gebraucht wird. Die Zeiten von Einwandsbehandlung, Druck-Verkauf und Abschlusstechnik sind endgültig vorbei.

Nicht mehr das schnelle Geschäft um jeden Preis zählt. Vielmehr der Aufbau einer partnerschaftlichen Beziehung auf Augenhöhe. Dazu bedarf es ganz anderer Fähigkeiten.

Egal ob du Verkaufsprofi bist oder einfach lernen willst, dein Produkt, deine Dienstleistung oder deine Idee besser zu verkaufen – Verkaufen 2.0 wird dir Orientierung und einen neuen Zugang zum Thema Verkaufen geben. Du wirst dich systematisch mit deiner Zielgruppe beschäftigen, mit dem Nutzen deines Produktes und dem Mehrwert deiner Beratung. Es gibt wertvolle Anregungen zur Verbesserung deiner Kommunikation. Schließlich kannst du in sieben Stufen »Nägel mit Köpfen« machen und die Theorie Schritt für Schritt in die Praxis umsetzen. Viel Erfolg damit!

—Jürgen Dawo und Thomas Rupp



Tipps zur Anwendung

■ Frage dich gleich zu Beginn: Warum lese ich dieses Quadro? Wenn es sich für mich gelohnt haben soll, es zu lesen - was soll hinterher anders sein als es jetzt ist?

■ Wir haben das »Du« als Ansprache gewählt, weil wissenschaftliche Forschungen ergeben haben, dass Menschen besser lernen, wenn sie mit »Du« angesprochen werden. Und hier geht es um Lernen und Veränderung.

■ Dieses Quadro ist in 28 Kapitel aufgeteilt. Du kannst vier Wochen lang täglich einen Abschnitt lesen und umsetzen. Wenn dich ein Kapitel besonders anspricht, lies es ruhig mehrfach.

■ Die Texte bauen fortlaufend aufeinander auf. Fang aber ruhig mit dem Thema an, das dich am meisten interessiert.

■ Am Ende jedes Abschnitts findest du Fragen. Nimm dir Zeit, kurz nachzudenken und sie zu beantworten. Am besten schreibst du deine Antworten auf. Mach dir Notizen dazu, wie du die Handlungsimpulse umsetzen kannst.

■ Schreiben ist bereits Veränderung – besonders das Schreiben von Hand. Seele, Geist und Körper arbeiten dabei im wahren Sinn des Wortes Hand in Hand. Nutze diese Energie!

■ Du kannst für Notizen eine Datei auf deinem Computer, dein gewohntes Notizbuch verwenden oder *Mein Quadro*, das der Verlag Down to Earth speziell für die Quadro-Serie entwickelt hat.

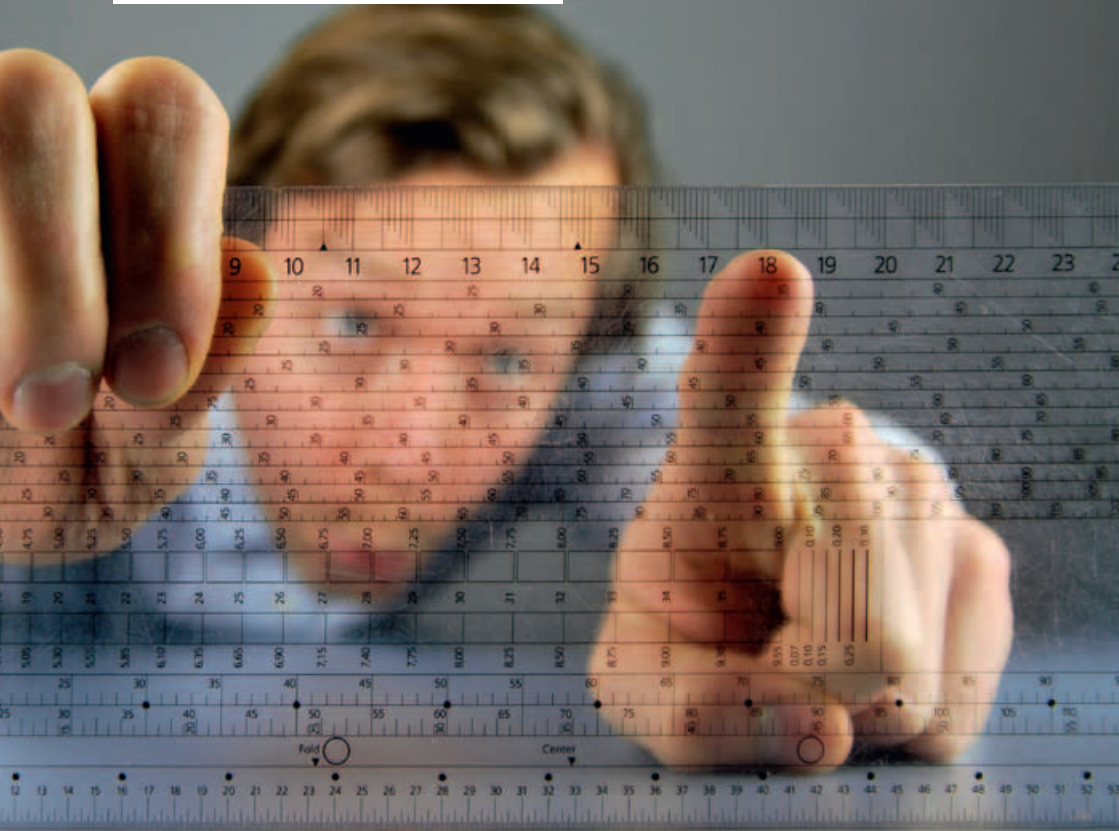
■ Sprich mit Kollegen, deinem Partner oder guten Freunden über das Thema. Tausch dich mit ihnen darüber aus, was gutes Verkaufen auszeichnet. Wir wachsen in der Begegnung mit anderen.

■ Lies Biografien von Menschen, die andere Menschen für etwas gewonnen haben. Lass dich von ihrer Kreativität inspirieren. Ideal dafür geeignet ist die Down-to-Earth-Reihe »99 Weltveränderer«.

■ Lobe dich für eigene Erfolge. Freue dich, wenn es dir gelungen ist, empathisch zu sein und gut zuzuhören. Sei geduldig mit dir. Lernen geht Schritt für Schritt.

Woche 1

Die Problematik verstehen



Was willst du als Käufer?

■ Stell dir vor, du bist ein potenzieller Käufer. Du wünschst dir ein Auto oder ein Haus. Du brauchst eine Geldanlage oder Gartenmöbel und dringend Urlaub. Warum ist das so? Weil du offensichtlich Bedürfnisse hast. Von diesen leitet sich jeweils der Bedarf nach einem bestimmten Produkt ab. Dieses Produkt löst dein Problem, bringt dir den erwünschten Nutzen. Und das möglichst zu einem angemessenen Preis. So stellst du dir das jedenfalls vor.

Der einzige Grund, warum du irgendein Produkt oder eine Dienstleistung in Anspruch nimmst – der einzige Grund warum du dich dazu entscheidest, ein Projekt, eine Partei oder eine Bürgerinitiative zu unterstützen, lautet immer: Du versprichst dir einen Nutzen davon.

Du hast genug davon, zu frieren, und denkst: »Ich bräuchte bis zum Winter eine neue Heizungsanlage.« Gleichzeitig werden dir zwei Dinge bewusst: »Das wird wohl erstens nicht gerade billig, und zweitens habe ich keine Ahnung von Heizungsanlagen.«

Die ungelösten Probleme halten einen Geist lebendig und nicht die gelösten.

—Erwin Guido Kolbenheyer

Trotzdem bist du wild entschlossen, das Projekt »warme Füße« anzugehen. Damit beginnt deine Karriere als Käufer. Dein Ziel ist klar: Du willst eine Lösung für dein Problem. Und du willst dabei nicht »über den Tisch gezogen« werden. Dabei wünschst du dir auf dem Weg zum Kaufvertrag einen Begleiter, der dich kompetent und bedarfsorientiert informiert. Optimalerweise ein Mensch, dem du vertrauen kannst. Der dir hilft, am Ende die richtige Entscheidung zu treffen.

■ Denk mal

Welches größere Kaufprojekt steht bei dir an? Welche konkrete Hilfestellung wünschst du dir dafür?

■ Mach mal

Visualisiere fünf Situationen unterschiedlicher Dringlichkeit, in denen du in der Rolle eines Käufers warst. Was hast du dabei gefühlt?

3.6

Kauf positiv verankern

■ Wenn ein Abschluss im Geiste des Verkaufens 2.0 erfolgte, kann man eines als gesichert annehmen: Der Kunde hat sich im Rahmen eines vom Verkäufer moderierten Kaufprozesses für ein Produkt entschieden, das voll seinen Vorstellungen entspricht. Und gerade weil du ihn als Einkaufshelfer optimal beraten hast, brauchst du dich nicht zu verstecken. Du hast einiges in den Prozess investiert, aber lehne dich nach Vertragsabschluss nicht einfach zurück. Nach der Unterschrift ist die Arbeit noch nicht beendet.

Gehe gemeinsam mit dem Kunden durch mögliche Zweifel hindurch, die sich nach seiner Kaufentscheidung einstellen können. Mit dem konventionellen »Danke, dass Sie bei uns gekauft haben« lässt sich ein potenzieller Kaufkater nicht nachhaltig beseitigen. Lasse deinen Kunden nicht mit seinen Zweifeln allein. Bringe ihn durch eine weitere Betreuung zur Erkenntnis, dass er richtig gehandelt hat. Dass er die bestmögliche Entscheidung getroffen hat.

Dankbare Menschen sind wie fruchtbare Felder – sie geben das Empfangene vielfach zurück.

—August von Kotzebue

Das Gute dabei: Aufgrund deiner Vorgehensweise weißt du, dass dies tatsächlich stimmt. Du brauchst weder dir selbst noch dem Kunden etwas vorzumachen. Das abgeschlossene Geschäft war sinnvoll – das kannst du ehrlich bestätigen. Die Nachbetreuung ist das Sahnehäubchen, mit dem du dich im Herzen deiner Kunden verankerst. Das sind optimale Voraussetzungen für eine langfristige Kundenbeziehung, für Empfehlungen und Folgegeschäft. Und das hast du dir redlich verdient.

■ Denk mal

Wie fühlt sich das an, wenn du deinen Kunden durch deine Beratung wirklich begeistert hast?

■ Mach mal

Gibt es wiederkehrende Zweifel, die du schon öfter beobachtet hast? Finde dafür eine nachhaltige Lösung in der Nachbetreuung deiner Kunden.



Mehr Spaß, Sinn und Umsatz

■ Zusammenfassend kann man sagen: Verkaufen 2.0 ist ein Prozess, der geprägt ist von Partnerschaftlichkeit, von Kommunikation auf Augenhöhe, von Aufmerksamkeit und Interesse sowie einem ehrlichen Dialog zwischen Verkäufer und Kunden. Damit revolutioniert Verkaufen 2.0 die bisherigen Verkaufs- und Vertriebskonzepte. Gegenseitiger Respekt und wachsendes Vertrauen beim Verkaufen waren und sind bis heute keine Selbstverständlichkeit. Der Verkäufer »alter Schule« verwechselt Respekt und Vertrauen gern mit der Einschüchterung des Kaufinteressenten. Als Verkäufer 2.0 brauchst du eine andere Einstellung gegenüber deinem Interessenten. Aus dem Verkaufsgespräch mit Überwältigungsfaktor wird das Einkaufsgespräch mit hoher Beratungsintensität. Aktionsgeladene Selbstbeweihräucherung weicht interessiertem Fragen mit dem Ziel, die tiefer liegenden Bedürfnisse des Kunden zu ergründen. Aus halbherzigem Zuhören wird einkaufsorientiertes Hinhören.

Gehe nicht, wohin der Weg führen mag, sondern dorthin, wo kein Weg ist, und hinterlasse eine Spur.

—Jean Paul

Somit wird deine Leistung als Verkäufer vom Kunden als wertvolle Dienstleistung wahrgenommen. Dein Selbstbewusstsein wächst, weil du weißt, wie du dem Kaufinteressenten tatsächlich helfen kannst, sein Ziel zu erreichen. Mit einer neuen, zeitgemäßen Haltung zu verkaufen ist nicht nur stressfreier und sinnstiftender. Es macht auch viel mehr Spaß. Und schon bald wird sich dies auch positiv bei deinen Umsätzen bemerkbar machen.

■ Denk mal

Wie könnte sich erfolgreiches Verkaufen 2.0 auf dein Selbstbewusstsein auswirken?

■ Mach mal

Fasse deine bisherigen Erkenntnisse zusammen: Warum bringt Verkaufen 2.0 mehr Spaß, mehr Sinn und mehr Umsatz?

6. Nachbetreuung

■ Nach dem Kauf lässt sich das Käuferlebnis positiv verankern. So wird dein Kunde zum Treue- und Empfehlungskunden.

Schritt 1: Finde eine angemessene Art, den Kauf durch eine kleine symbolhafte Zusatzleistung positiv zu verankern. Das kann ein Glas oder eine Flasche Champagner sein. Ein Blümchen oder ein riesiger Blumenstrauß. Es muss zu Art und Umfang des Kaufes passen: z.B. eine Sortiment erlesener Badezusätze fürs neue Bad.

Schritt 2: Lege das Geschenk nicht einfach so bei, sondern inszeniere es. Lass es für deinen Kunden zu etwas Besonderem werden. Dokumentiere z.B. die Übergabe des neuen Eigenheims mit Fotos oder Video. Sei kreativ, lass dir was einfallen, meine es ehrlich!

Schritt 3: Erfasse das »Glück« deines Kunden durch eine kleine Befragung. Was hat ihm im Kaufprozess besonders gut gefallen? Lasse ihn eine Empfehlung aussprechen und nutze diese als Referenz für andere Kunden.

Glück entsteht oft durch Aufmerksamkeit in kleinen Dingen, Unglück oft durch die Vernachlässigung kleiner Dinge.

—Wilhelm Busch

Schritt 4: Analysiere aufgrund früherer Erfahrungen, welche Zweifel und eventuellen Schwierigkeiten nach dem Kauf auftreten können. Tue alles dafür, um Probleme kulant zu regeln. Sei hier der Anwalt deines Kunden.

Schritt 5: Lege einen Zeitplan fest, nach dem du den Kunden kontaktierst. Finde heraus, ob er mit deinem Produkt glücklich ist und ob du noch etwas für ihn tun kannst. Gib ihm Material, mit dem er dich und dein Produkt weiterempfehlen kann.

■ Denk mal

Hast du selbst als Kunde einmal eine schöne Bestätigung für einen Kauf erhalten? Was hat dies bei dir bewirkt?

■ Mach mal

Sammle weitere originelle Ideen im Internet, wie du zukünftig den Verkaufsabschluss deiner Kunden positiv verankern könntest.

7. Ständige Verbesserung

■ Das größte Verbesserungspotenzial liegt im Wechselspiel zwischen Theorie und Praxis. Alles, was du am »grünen Tisch« entwickelst, muss sich in der Praxis bewähren. Es ist ein Prozess von Versuch und Irrtum. Es ist ein ständiges Üben und das Streben, immer besser zu werden. Wenn du denkst, du hast die Lösung für alle Zeiten gefunden, hörst du auf, dich zu entwickeln. Du wirst unweigerlich zurückfallen. Die Fähigkeit, dein Tun selbstkritisch zu hinterfragen und ggf. Verbesserungen einzuleiten, ist ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg.

Analysiere daher regelmäßig deine Erfolge und Misserfolge nach ihren Ursachen. Nutze jede Gelegenheit, deine Zielgruppe zu befragen, um noch nützlicher für sie zu werden. Optimierte so Schritt für Schritt den Kaufprozess deiner Kunden. Verbessere laufend deine Präsentation und erhöhe deine Quote: vom Kaufinteressenten zum Abschluss. Arbeite an dir, um unliebsame Gewohnheiten abzulegen und deine Dialogfähigkeit zu erhöhen.

Es ist nicht genug zu wissen. Man muss es auch anwenden können.

—Johann Wolfgang von Goethe

Vergiss nie, dass du im Auftrag des Kunden unterwegs bist. Dokumentiere deine Vorgehensweise und fasse den gesamten Vorgang in einem Schulungs-Leitfaden zusammen. So können auch deine Mitarbeiter oder Kollegen davon profitieren. Stell dir vor, du hättest alle diese Schritte bereits durchgeführt. Denkst du, dies würde sich positiv auf deine Verkaufsberatung – oder ab heute besser Kaufberatung – auswirken? Wenn ja, dann mach dich ans Werk und beginne mit der Umsetzung.

■ Denk mal

Was hat dir die Lektüre dieses Quadros praktisch gebracht? Was wirst du ändern?

■ Mach mal

Mache eine Todo-Liste mit den ersten konkreten fünf Schritten, die du in Sachen Verkaufen 2.0 tatsächlich umsetzen wirst, inklusive Deadlines.

Autoren und Links

■ Jürgen Dawo

ist Gründer der Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH. Das vielfach preisgekrönte Franchise-System ist deutscher Marktführer im Bereich Einfamilienhäuser und machte 2010 einen Umsatz von über 450 Mio. Euro. Ende 2010 wurde Dawo als Unternehmer des Jahres der Harvard Business Clubs of Germany ausgezeichnet. Dawo ist u.a. Dozent an der EKS-Akademie sowie im Präsidium des Bundesverband Strategie-Forum und des Deutschen Franchiseverbands. Das Konzept Verkaufen 2.0 entwickelte er aus der Praxis für die Praxis. Weitere Infos unter www.juergen-dawo.de



■ Thomas Rupp

arbeitet seit 1988 als freier Journalist, Networker und Strategieberater. Er ist Experte für engpasskonzentrierte Unternehmenskommunikation und strategische Positionierung. Als verantwortlicher Redakteur des Strategie Journals schrieb er unzählige Fallstudien über erfolgreiche Unternehmen und die Anwendung der Engpasskonzentrierten Strategie (EKS) nach Prof. Wolfgang Mewes. In Brüssel und London arbeitete er jahrelang als Political Consultant und leitete mehrere internationale Kampagnen. Weitere Infos unter www.thomasrupp.com



■ **Weitere Links:** *Ausbildung:* verkaufslehrpfad.de, eks-akademie.de, strategieberater.de, ek-akademie.de – *StrategieForum:* strategie.net ■ **Weiterführender Buchtipp:** *Fokus finden. Erfolg durch engpasskonzentrierte Strategie*, Kerstin Friedrich (Quadro Nr. 26)



Kerstin Friedrich
Fokus finden
Erfolg durch engpasskonzentrierte Strategie,
40 Seiten

Wie findet man den richtigen Fokus, statt sich dauernd zu verzetteln? Dieses Quadro zeigt dir, wie man auf Basis seiner Stärken für sich oder sein Unternehmen ein Erfolg versprechendes Konzept entwickeln und umsetzen kann.

Quadro Nr. 26



Christoph Schalk
Weisheit entwickeln
Krisen meistern und belastbar werden, 40 Seiten

Weisheit hilft dabei, Krisen und Tiefschläge im Leben zu überwinden. Die gute Nachricht: Lebensweisheit kann man lernen. Hier findest du eine Anleitung zur Entwicklung von innerer Stärke und Widerstandskraft und einen Leitfaden zum Selbstcoaching.

Quadro Nr. 18



Kerstin Hack
Erfolg
schlicht + ergreifend,
160 Seiten

Kerstin Hack zeigt in diesem Buch, wie jeder seine Erfolgskriterien finden und für das eigene Leben definieren kann. Von A wie Anfangen über D wie Durchhalten und K wie Krisenzeiten oder M wie Multiplikation bis zum Z wie Ziele – Wissen, wo man ankommen will.

schlicht + ergreifend Nr. 3



Jörg Achim Zoll
Erfolgreich schreiben
Bücher, Blogs & Artikel veröffentlichen, 40 Seiten

Der Publikationsberater Jörg Achim Zoll verrät, worauf es ankommt, um erfolgreich zu schreiben und zu veröffentlichen und sich von der Masse abzuheben. Kurztraining bei einem Meister. Ideal für alle, die besser schreiben möchten.

Quadro Nr. 21

Viele Titel auch als
E-Book erhältlich.

Verkaufen 2.0

Etwas anbieten geht leicht, wenn man weiß, was man zu bieten hat, und sich empathisch auf seine Gesprächspartner einstellt. Verkaufen 2.0 beschreibt keinen Verkaufsprozess, sondern einen Entwicklungsprozess. In dessen Mittelpunkt steht die Zukunft des Kunden und nicht die des Verkäufers. In diesem Quadro entdeckst und erlernst du einen neuen Zugang zum Verkaufen. Du wirst zum Einkaufsberater deines Kunden und verkaufst nur das, was er wirklich braucht. Verkaufen wird damit für alle Beteiligten entspannter, befriedigender und erfolgreicher.

Fragen und Handlungsimpulse helfen dir, das Gelesene praktisch umzusetzen. Das Quadro inspiriert und begleitet dich bei deinem Lernprozess mit vier Impulsen pro Tag:

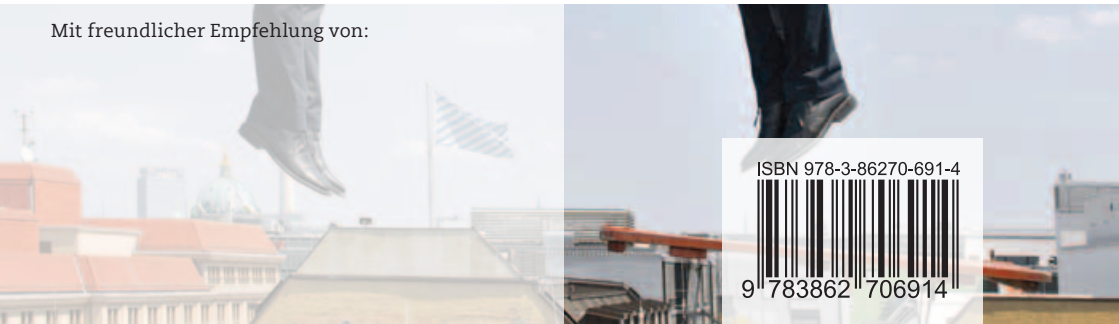
- Ein prägnantes Zitat
- Ein anregender Denkanstoß
- Eine provokante Frage
- Ein praktischer Handlungsimpuls

Ideal für alle, die Menschen für Produkte oder Projekte gewinnen wollen.

Quadro | **Besser verkaufen – leicht gemacht**

DTE
Down to Earth

Mit freundlicher Empfehlung von:



ISBN 978-3-86270-691-4



9 783862 706914