

Veröffentlicht in:
acquisa Nr. 04
vom April 2004
Auflage: 37.300

Dem Kunden die richtigen Beweise liefern

VERKAUF. Wenn Sie Präsentationen halten und Ihren Kunden überzeugen wollen, müssen Sie Ihre Aussage mit einem Beweis untermauern.

Sorgen Sie dafür, dass Sie für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistungen genügend Beweise haben. Es ist ratsam, einen Ordner anzulegen, in dem Sie schriftliche Beweise sammeln. Wenn Sie ein Sales Manager sind und mehrere Verkäufer haben, ist es für Sie unabdingbar, dieses Wissen auch Ihren Verkäufern zur Verfügung zu stellen. Führen Sie also Ihre Beweise immer schriftlich auf:

1. Statistiken

Sie können zum Beispiel eine interne Statistik machen, die aufzeigt, wie die Kundenzuwächse der letzten fünf Jahre sind oder wie lange Sie schon mit Ihren Kunden arbeiten, um die Beständigkeit Ihrer Qualität aufzuzei-

gen. Externe Statistiken können zum Beispiel aufzeigen, wie sich die gesamte Branche entwickelt.

2. Expertenzeugnis

Viele Produkte oder Dienstleistungen werden ISO-zertifiziert. Sie können auch einen Professor/Doktor oder ein Institut beauftragen, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung zu überprüfen.

3. Schaustücke

Sie können Muster, Zeichnungen, Modelle, Proben oder Fotos verwenden, um Ihre Aussage zu untermauern.

4. Zeitungsartikel

Wenn Sie in einer Tageszeitung, Fachpresse oder Wirtschaftszei-

tung Informationen über Ihr Produkt entdecken, kann es sehr hilfreich sein, Ihren Kunden das zu zeigen.

5. Demonstrationen

Sie kennen sicherlich Marktplätze, auf denen mit Scheuermilch oder ähnlichen Produkten demonstriert wird, wie gut und einfach der Schmutz zu entfernen ist. Überlegen Sie, ob es für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung auch eine Möglichkeit gibt, die Vorteile des Produkts anschaulich zu demonstrieren.

6. Referenzen

Ihre zufriedenen Kunden können Ihnen zum Beispiel schriftlich bestätigen, wie zufrieden sie sind. Ein Tipp: Wenn Ihr Kunde vielbeschäftigt ist, könnten Sie ein Interview machen, alle seine Äußerungen schriftlich festhalten und Ihrem Kunden überreichen. Somit kann Ihr Kunde, wenn er damit einverstanden ist, die Referenz einfach nur auf seinem Briefpapier ausdrucken und Ih-

nen überreichen. Eine weitere gute Möglichkeit wäre, wenn Sie die Telefonnummer von Ihrem zufriedenen Kunden weitergeben dürfen. Somit könnte der neue Kunde bei Ihrem Kunden anrufen und sich selbst überzeugen.

Quelle: Marc M. Galal Institut,
info@marcgalal.com

Viel mehr Formulare, Tools und Checklisten

für Marketing und
Vertrieb finden Sie hier:

acquisa
PREMIUM
www.acquisa-premium.de

Einfach herunterladen.
Sofort anwenden.
Effizienter arbeiten.