

DAS PERFEKTE VERKAUFGESPRÄCH

**Master-Arbeit
Sabine Blum
Dezember 2011**

INHALT

Ziel des Formats

Entstehung des Formats

Ablauf des Formats

Grundannahmen und Methoden, die zur Anwendung kommen

ZIEL DES FORMATS

Dieses Format ist zum Abschluss eines Kommunikationstrainings gedacht, in dem die einzelnen Phasen einzeln ausführlich erarbeitet wurden. Mein Ziel ist es, ein Format zu haben, in dem die umfassende Arbeit in meinen Beratungstrainings auf eine, für meine Klienten einfache Art „eingepackt“, werden kann, um den Transfer in den Alltag zu erleichtern.

ZUR ENTSTEHUNG DES FORMATS

Ich arbeite seit Jahren als Kommunikations-Trainerin in Apotheken. In meinen Trainings geht es neben sachlichen Fortbildungen im pharmazeutischen Bereich auch darum, den Kunden gut zu beraten. Da wir heutzutage in Zeiten der Selbstmedikation leben, das heist der Kunde in der Apotheke eben nicht nur Patient sondern auch Konsument ist, denn er zahlt für das, was er mitnimmt selbst, fällt diese Beratung vielen Pharmazeuten schwer, da sie die Prinzipien des Verkaufs nicht beherrschen. Ziel meiner Trainings ist, meinen Trainees all das zu vermitteln, was sie brauchen, um ihren Kunden das verkaufen zu können, was diese für Ihre Genesung brauchen und Argumente zu finden, die den jeweiligen Kunden überzeugen, Geld auszugeben. Leider erlebe ich immer wieder, dass die Theorie wunderbar klappt, jedoch die Praxis im Alltag auf der stecke bleibt. Daher wollte ich ein Format anwenden können, das diesen Transfer in den Alltag erleichtert.

ABLAUF DES FORMATS

EINLEITUNG

Die fünf Phasen eines Verkaufsgesprächs haben wir folgendermaßen benannt:

Die Begrüßung
Die Informationsgewinnung
Die Beratung
Die Einwände
Der Abschluss

In diesem Format werden wir die einzelnen Phasen der Reihe nach durchschreiten und dabei für jede Phase folgende Inhalte verankern:

Die dahinter stehende Absicht
Die notwendigen Techniken
Die helfende Ressource

ERSTER SCHRITT

Denke Dir einen Einkaufskorb in einer Dir angenehmen Art , den Du auf Deinem Weg durch die einzelnen Phasen mitnehmen kannst. Dies könnte etwa ein Körbchen sein, das Du in der Hand hältst oder auch ein Button, wie beim online-Shopping - ganz, wie es Dir gefällt.

ZWEITER SCHRITT

Gehe nun auf den ersten Bodenanker, dieser steht für die erste Phase des Verkaufsgesprächs, der BEGRÜSSUNG

Mache Dir nun bewusst, welche Absicht Du in dieser Phase verfolgst.

.....

Denke an die Fähigkeiten und Techniken, die hier zum Einsatz kommen.

.....

Welche Ressource unterstützt Dich hierbei?

.....

Stell Dir nun diese Phase des Gesprächs vor; nehme aufmerksam wahr, wie

diese Ressource Deine Fähigkeiten verstärkt und damit deine Absicht, wie von selbst erfüllt wird.

Welches Bild siehst Du vor Deinem inneren Auge?

.....

Was fühlst Du?

.....

Was hörst Du?

.....

Gibt es noch andere Eindrücke, die zu dieser Vorstellung gehören?

.....

Packe nun all auf eine Dir passend erscheinende Weite zusammen und lege es in deinen Einkaufskorb.

DRITTER SCHRITT

Gehe nun auf den ersten Bodenanker, dieser steht für die erste Phase des Verkaufsgesprächs, der INFORMATIONSGEWINNUNG

... gleicher Ablauf wie in Schritt zwei ...

Packe nun all auf eine Dir passend erscheinende Weite zusammen und lege es in deinen Einkaufskorb.

VIERTER SCHRITT

Gehe nun auf den ersten Bodenanker, dieser steht für die erste Phase des Verkaufsgesprächs, der BERATUNG

... gleicher Ablauf wie in Schritt zwei ...

Packe nun all auf eine Dir passend erscheinende Weite zusammen und lege es in deinen Einkaufskorb.

FÜNFTER SCHRITT

Gehe nun auf den ersten Bodenanker, dieser steht für die erste Phase des Verkaufsgesprächs, der EINWÄNDE

... gleicher Ablauf wie in Schritt zwei ...

Packe nun all auf eine Dir passend erscheinende Weite zusammen und lege es in deinen Einkaufskorb.

SECHSTER SCHRITT

Gehe nun auf den ersten Bodenanker, dieser steht für die erste Phase des Verkaufsgesprächs, dem ABSCHLUSS

... gleicher Ablauf wie in Schritt zwei ...

Packe nun all auf eine Dir passend erscheinende Weite zusammen und lege es in deinen Einkaufskorb.

SIEBTER SCHRITT

Drehe Dich nun um und gehe in Deinem eigenen Tempo die einzelnen Phasen des Gesprächs wieder zurück. Denke dabei auf jedem Bodenanker an das, was sich zu dieser Phase des Gesprächs in Deinem Einkaufskorb befindet. Wenn Du möchtest kannst Du die Bodenanker aufsammeln.

ACHTER SCHRITT (Öko - Check)

Wenn Du nun an Deinen Einkaufskorb denkst, hast Du das Gefühl, alles zu haben, was Du brauchst, oder möchtest Du noch etwas dazu packen?

.....

Falls etwas fehlt wird es nun eingepackt.

NEUNTER SCHRITT (Future-Pace)

Wann wird Dein nächstes Verkaufsgespräch stattfinden.

Wie wirst Du Dich verhalten?

Wie kannst Du deinen Einkaufskorb mitnehmen bzw. ihn einsetzen?

GRUNDANNAHMEN, die hier zum Tragen kommen

Jeder hat alle Ressourcen, die er braucht!
Daher möchte ich hier nur alle passenden Ressourcen einsammeln, um sie an geeigneter Stelle zur Verfügung zu haben.

Die Energie richtet sich dorthin, wo die Aufmerksamkeit liegt!
Daher richten wir die Aufmerksamkeit in jeder Phase auf die Absicht, das dahinterstehende Ziel der Phase.

Die Basis für wirksame Kommunikation ist Rapport
Deshalb wird in Phase eins und zwei besonderer Wert auf Rapport zum Kunden gelegt.

Flexibilität

In dem wir in diesem Format sowohl den Ablauf, als auch die jeweils notwendigen Techniken und Ressourcen verankern, hat der Anwender die Flexibilität sich ganz auf seinen Kunden zu focusieren, ohne im Downtime zu verweilen, indem er sich Gedanken über den nächsten Schritt machen müsste.

METHODEN, die ich einbrachte

sind Ressourcen verankern und Strategien erarbeiten.