

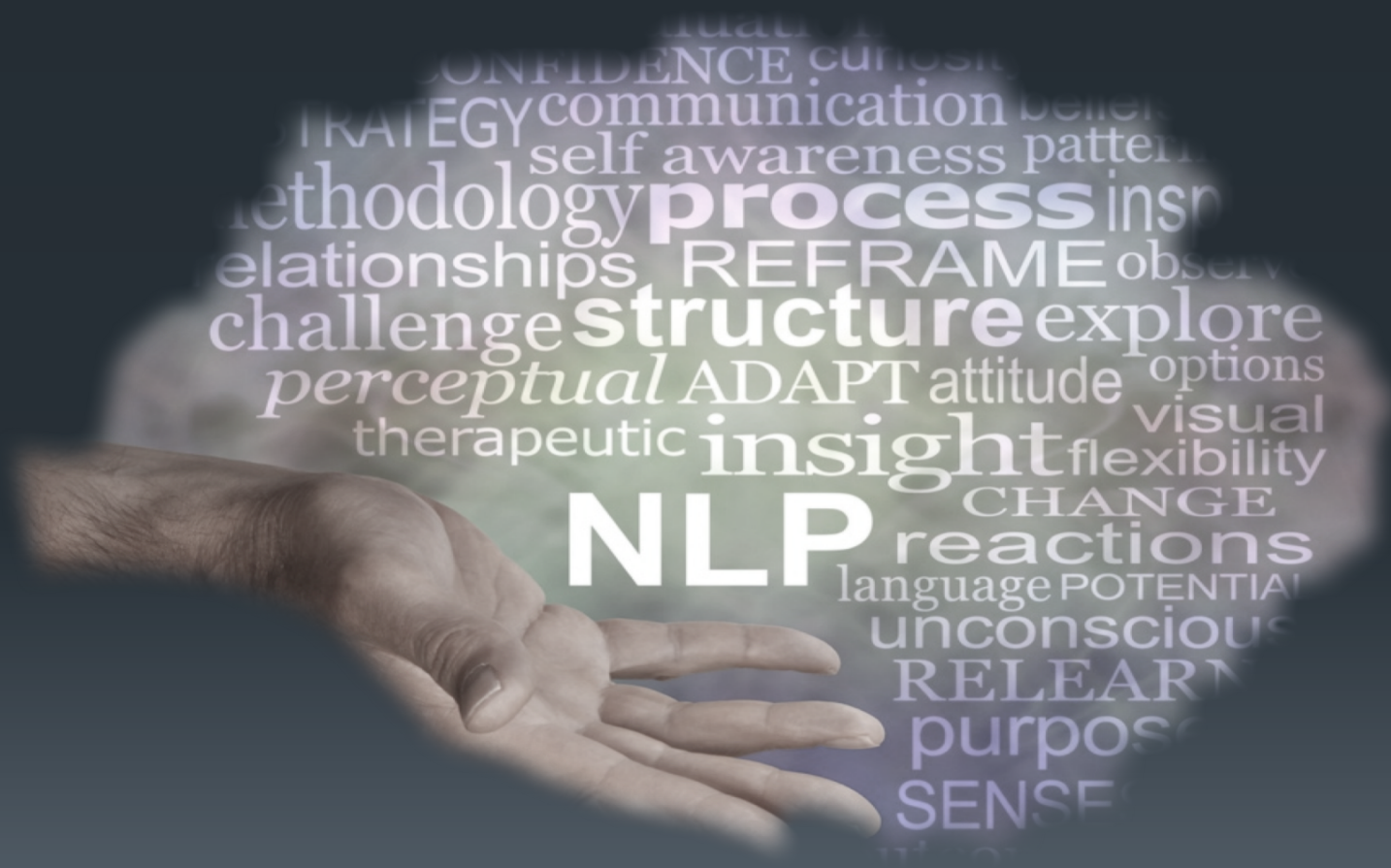


INKONSTELLATION

NLP im Vertrieb

Neurolinguistisches Programmieren im vertrieblichen
Kontext

NLP- Neurolinguistisches Programmieren



Vertrieb, bzw. verkaufen...



Vertrieb, bzw. verkaufen...

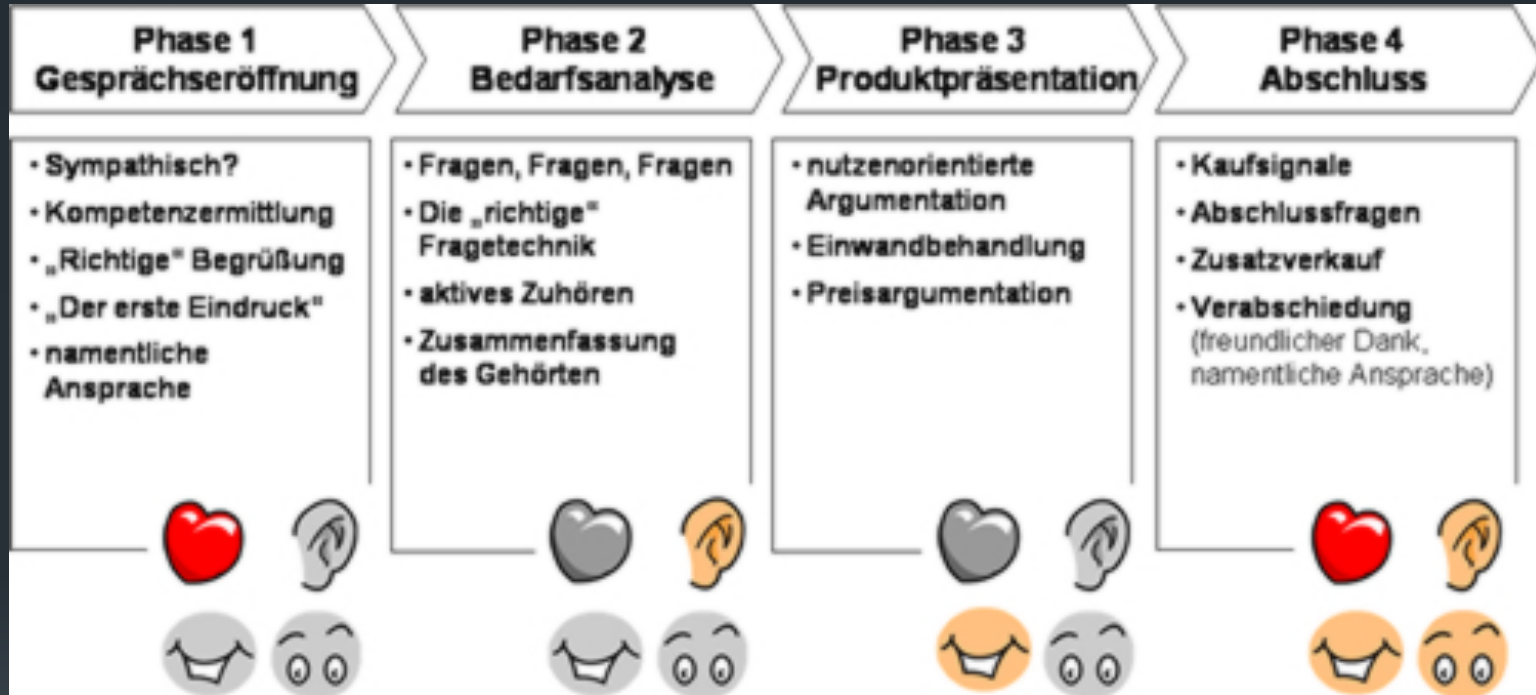
„Jeder von uns verkauft sich, immer und überall“

Wo wollen wir heute Mittag essen gehen?

Wohin wollen wir in den Urlaub fahren?

Wir verkaufen unsere Wünsche, Ansichten,
Wertvorstellungen etc. einem Dritten

Das qualifizierte Verkaufsgespräch



Gesprächseröffnung

In dieser Phase geht es darum Kontakt (eine Verbindung) zum Kunden aufzubauen.

Welche NLP- Tools können dabei helfen?

- Rapport herstellen
- ...den Bezugsrahmen des Kunden erfassen
- Nonverbales Pacing
- Verbales Pacing
- VAKOG- auf welchem Kanal kommuniziert der Kunde

Bedarfsanalyse

Was braucht der Kunde eigentlich?

Wie bekomme ich diese Information vom Kunden?

...Fragen und aktives Zuhören...

Welches Wissen aus dem NLP kann hier helfen?

- Das Metamodell der Sprache
- Aktives Zuhören
- Pacing & Inviting

Produktpräsentation

Welche Informationen benötigt der Kunde?

Wie präsentiere ich mich und mein Angebot?

Produktpräsentation mit NLP:

- Sprache und Körpersprache einsetzen
- VAKOG- mit allen Sinnen oder auf dem primären Kanal des Kunden
- Der eigene Zustand- den Kunden begeistern
- Pacing & Inviting

Abschlussphase

Was benötigt der Kunde noch für seine Entscheidung?
Noch offene Fragen klären!

- Wahrnehmungspositionen
- Der eigene Zustand- den Kunden begeistern
- Pacing & Inviting

Ausblick

Themen aus der NLP- Masterausbildung im vertrieblichen Kontext:

- Verhandlung mit sich selbst und Anderen
- Konfliktmanagement
- Umgang und Nutzen von Typologien
- Präsentationstraining
- Nutzung von Metaphern Geschichten (Storytelling...)
- Glaubenssätze und Meta-Programme



INKONSTELLATION

NLP im Vertrieb II

Neurolinguistisches Programmieren im vertrieblichen
Kontext

Rückblick NLP im Vertrieb I

„Vertrieb, bzw. verkaufen...“



„Jeder von uns verkauft sich, immer und überall“

Wo wollen wir heute Mittag essen gehen?

Wohin wollen wir in den Urlaub fahren?

Wir verkaufen unsere Wünsche, Ansichten,
Wertvorstellungen etc. einem Dritten

Glaubenssätze und erfolgreiches Verkaufen

Was macht jemand, der erfolgreich ist anders, als jemand der trotz der größten Anstrengung nur mühsam ans Ziel kommt?

Dazu ein Beispiel aus der Versicherungsbranche...

Unser Handeln oder auch unser Nicht-Handeln wird in großem Maße von dem gesteuert, was wir glauben. Man spricht auch von „Glaubenssätzen“.

Was glaubst Du...?

Wir alle bilden Glaubenssätze über die Welt und unsere eigene Identität. Sie beeinflussen unser Denken, Fühlen und Handeln.

Was glauben Sie über Ihre Firma?

Was glauben Sie über Ihre Produkte?

Was glauben Sie über das „Verkaufen“?

Was glauben Sie über Ihr Verkaufstalent?

Was glauben Sie über sich selbst?

Weitere Themen aus dem NLP- Master

- Verhandlung mit sich selbst und Anderen
- Konfliktmanagement
- Umgang und Nutzen von Typologien
- Präsentationstraining
- Nutzung von Metaphern, Geschichten (Storytelling...)
- Lösungsfokussierung

Teil 2: Vertrieb als selbstständiger Coach oder wie finde ich meine Klienten?

Wen suchst Du...?

Die meisten Existenzgründer haben ein recht unscharfes Bild der möglichen Kundschaft. Das führt dazu, dass die Aktivitäten zur Kundengewinnung auf „alle“ abzielen.

Und das führt eher dazu, dass man niemanden erreicht, da man zu allgemein bleibt und nicht die speziellen Anforderungen bestimmter Zielgruppen anspricht.

Themenvielfalt ist ein Problem, Warum?

Konkreter

Spricht man Firmen aus einer speziellen Branche an, dann kann man natürlich deutlich konkreter werden und bestimmte Features und Leistungen herausstellen, die für diese Branche wirklich wichtig sind. Zudem sollte man immer deutlich machen, was der konkreten Kundennutzen für genau diese Zielgruppe ist.

Gezielter

In dem ich nur eine bestimmte Zielgruppe anspreche, muss ich auch keine Gießkannen-Werbung einsetzen. So könnte man Werbung in einem bestimmten Branchenblatt schalten, statt in der allgemeinen regionalen Tageszeitung.

Günstiger

Damit wird es natürlich auch günstiger, da ich weniger Streuverluste habe und auch weniger Firmen ansprechen muss.

Erfolgreicher

Der Erfahrungen nach ist dieser Ansatz auch erfolgversprechender, als die „Alle Firmen sind meine potentiellen Kunden“-Taktik.

Spezialisierung

Werbung

Das sind die klassischen Werbemaßnahmen. So geht man dann nur auf bestimmte Messen und Treffen und schaltet z.B. in bestimmten Branchenblättern Werbung. ...oder man richtet seine Website auf spezielle Suchbegriffe aus.

Produkt

Die Features und Vorteile der eigenen Produkte und Leistungen müssen nicht mehr jeden zufrieden stellen, sondern „nur“ noch die gewählte(n) Zielgruppe(n). Dadurch bekommt man viel speziellere Angebote als die Konkurrenz, die alle bedienen will. Und es ist auch effektiver als seine Produkte und Leistungen mit allen möglichen Features auszustatten.

Preis

In dem man seine Produkte und Leistungen auf bestimmte Zielgruppen maßschneidert und damit nicht mehr so vergleichbar mit den Konkurrenten ist, muss man sich auch nicht mehr so stark am Preiskampf beteiligen.

Vertrieb

Der Vertrieb besitzt bei vielen Selbständigen zwar nicht mehr die starke Rolle, aber man sollte sich darüber im Klaren sein, dass bei stärkerer Spezialisierung und der damit einhergehenden Verkleinerung der Zielgruppe ggf. ein größeres regionales Einzugsgebiet notwendig wird.

Seine Zielgruppe kennen

Vorträge

Wem es liegt, vor anderen zu sprechen, der sollte über die Volkshochschule, über Existenzgründer-Projekte oder auch selber organisierte Vorträge anbieten. Viele Unternehmer sehen solche Redner pauschal als Experten an und wem das liegt, der kann damit nicht nur schnell das eigenen Image aufbauen, sondern auch viele Kontakte knüpfen.

Blog

Auch das Bloggen muss einem liegen. Während ich viele Unternehmer kenne, die mittlerweile die Bedeutung einer Website erkannt haben und diese gut pflegen, so kenne ich doch nur wenige, denen das Bloggen liegt. Doch wer sehr gern schreibt und mit einem lockeren und doch kompetenten Stil einen Unternehmensblog führt, der kann damit für große Aufmerksamkeit und neue Kunden sorgen. Und so einen Blog kann man auch schon sehr gut vor dem Beginn seiner Selbständigkeit starten.

Kooperation

Warum nicht mit anderen Selbständigen kooperieren, die schon länger am Markt sind.

Vielen Dank...

