



## NEWSLETTER 10/2009

### Versuchen Sie es doch mal anders beim Erstkontaktgespräch

Liebe Leserin/lieber Leser,

Wenn ich jeweils nicht gewonnene Projekte mit meinen Kunden reflektiere, welches die wahren Verlustgründe waren, erstaunt es mich immer wieder, dass festgestellt wird, dass nicht genau verstanden wurde, welches die wirklichen Kundenbedürfnisse waren.

Es fällt mir auf, dass viel zu schnell im Verkaufsprozess Lösungen angeboten werden. Aus welchem Grund wird nicht zuerst - zusammen mit dem Kunden - ergründet, welches die Kriterien respektive Ziele für das Projekt und mögliche Anbieter sind.

„Der Kunde sagt mir dies nicht“ höre ich oft. „Fragen Sie denn bei Ihrem ersten Treffen denn auch danach?“ kommt meine Gegenfrage.

Wenn ich mir heutige Erstkontakte ansehe, laufen diese meist noch so ab, dass nach der Begrüssung zuerst die Vorstellung des eigenen Unternehmens erfolgt. Gefolgt von der Darstellung des eigenen Produkte- resp. Lösungsportfolios.

Ich empfehle es doch mal anders zu versuchen:

1. Gesprächseinleitung
2. Überleitung in die Analysephase  
Hier hat sich vor allem die SPIN™-Fragetechnik bewährt  
**S:** Situation erfragen (sobald Sie Vertrauen gewinnen konnten, in die nächste Phase überleiten)  
**P:** Probleme eruieren – danach Situation und Probleme zusammenfassen  
**I:** Implikation – welche Auswirkungen hat es für den Gesprächspartner resp. das Unternehmen, wenn nichts unternommen wurde  
**N:** Need- (Bedürfnis) oder Nutzenfragen
3. Zusammenfassung der gefundenen Punkte und mögliche Lösungsansätze skizzieren
4. Konkrete nächste Schritte planen, wenn der Kunde Interesse zeigt

Einfach mal versuchen. Ich empfehle zu jedem Bereich gezielte Fragen vorzubereiten, welche auf den entsprechenden Kunden ausgerichtet sind. Wenn es nicht funktioniert, dann Beschwerde einfach an mich!

In diesem Sinn: „Wer fragt der führt, der verführt später zum Kauf“.

Freundliche Grüsse,

Daniel J. Schwarzenbach

**ANALYSE** – Analysieren Sie in einigen Minuten Ihren Verkaufsprozess und Sie erhalten die neuste Studie über die Erfolgsfaktoren im B2B-Verkauf.

[Analyse starten](#)

**Präsentations-Fibel** – Ein Leitfaden zur Vorbereitung, Strukturierung und Durchführung von professionellen Präsentationen.

Erfahren Sie mehr darüber unter [www.fibeln.com](http://www.fibeln.com)

Sollen in der Zukunft keine Newsletter mehr gesendet werden, dann bitte kurze E-Mail zukommen lassen an die Adresse: [info@nautilus-nine.com](mailto:info@nautilus-nine.com) mit dem Vermerk „Aus Newsletter-Liste streichen“