

Professionelle Angebotsverfolgung

Das Angebotshandling des Kunden zu kennen erleichtert die Nachverfolgung

Anfrage ist nicht gleich Anfrage. Wer seine Anfragen klassifiziert, kann zum Nachfassen leichter Prioritäten setzen.

Auch in fast ausweglos erscheinend Situationen hat der Verkäufer beim Nachfassen durch die Wahl seiner Worte und seiner Art die Möglichkeit, eine fast geschlossene Tür nochmals zu öffnen. Den richtigen Zeitpunkt zum Nachfassen zu wählen, verschiedene mögliche Gesprächseinstiege, die Einwände des Kunden und die Antwort zu kennen, sollen ihn bei dieser Herausforderung unterstützen.



Seminarziel

Die Teilnehmer

- lernen die typischen Verkaufsfehler aus Kundensicht kennen und vermeiden diese
- können Anfragen klassifizieren und Prioritäten für das spätere Nachfassen definieren
- lernen mit Alibi-Anfragen umzugehen
- das weitere Vorgehen des Kunden mit dem Angebot klären
- den richtigen Zeitpunkt zum Nachfassen definieren
- lernen den Gesprächseinstieg in Nachfassgespräche kennen und führen Nachfassgespräche
- lernen die Einwände von Kunden beim Nachfassen kennen
- erstellen einen Antwortkatalog für Einwände
- können auf Einwände beim Nachfassen überzeugend reagieren
- erarbeiten hilfreich Strategien für das Nachfassgespräch
- erkennen ihre eigene Wirkung und entwickeln Maßnahmen, um diese zu verbessern

Inhalte

- PISA Studie – Typische Verkaufsfehler
- Klassifizierung von Anfragen
- Angebotsverfolgung
- Wiedervorlage
- Der richtige Zeitpunkt zum Nachfassen
- Gesprächseinstieg
- Leitfaden Nachfassgespräch
- Einwände des Kunden
- Antwortkatalog auf die Einwände des Kunden
- Hilfreiche Strategien
- Nachfassgespräche

Methoden

- Lehrgespräch
- Gruppenarbeit
- Rollentraining
- Feedback-Runden

Organisation

- Zielgruppe
 - Vertriebsmitarbeiter

Einwände des Kunden beim Nachfassen

Einwände des Kunden:

1. Sobald wir die Entscheidung getroffen haben, melde ich mich bei Ihnen!
2. Ich will noch mit Ihrem Wettbewerber reden.
3. Ich treffe nur die technische Entscheidung. Der Einkäufer ruft Sie an, falls Sie in die Endausscheidung kommen.
4. Das Angebot Ihres Wettbewerbers ist so viel besser, dass es unsinnig ist sich nochmals zusammen zu setzen.
5. Wir warten noch auf die Entscheidung unserer Muttergesellschaft im Ausland.
6. Ich warte noch auf ein Angebot.
7. Ich kann noch keine Entscheidung treffen.
8. Das Projekt liegt erst mal auf Eis.
9. Das Projekt wurde um einen Monat verschoben
10. Ich muss das Angebot noch mit meinem Kollegen besprechen
11. Die Lieferzeit ist zu lange
12. Die Rechtsabteilung muss noch ihr o.k. geben.
13. Sie sind nur einer von zwei Anbietern (Kunde überlegt sich für den Wettbewerber zu entscheiden
14. Sie sind zu teuer
15. Der Preis ist zu hoch. Ich sehe keine Vorteile.
16. Ich habe keine Zeit Ihr Angebot anzuschauen
17. Ihr Angebot entspricht nicht unserer Anforderung
18. Meine Mitarbeiter sind gewohnt die Wettbewerbsmaschinen zu bedienen und zu warten
19. Ich will den Anbieter nicht wechseln
20. Ich habe kein Geld
21. Ich habe den Auftrag bereits an den Wettbewerber gegeben
- 22....



Die große Herausforderung im Umgang mit den Einwänden für den Verkäufer ist einerseits das Angebot hartnäckig und konsequent zu verfolgen und andererseits dem Kunden nicht das Gefühl von Verkaufsdruck zu geben.

Beispielseite aus dem Arbeitsbuch für die
Seminarteilnehmer