

Verkaufspräsentation mit Erfolg!

Gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten kommt dem Verkauf von Dienstleistungen, Produkten und Services eine entscheidende Bedeutung zu.

In diesem Erfolgstip wollen wir heute gerne die häufigsten Fehler aufzeigen, die viele unserer Kunden zu Beginn der Trainings und Coachings noch zeigen. Wir freuen uns, wenn Sie diese „Stellhebel“ für sich nutzen, um schnell Ihre Verkaufspräsentationen zu optimieren, Ihren persönlichen Erfolg, den Ihrer Kunden und letztlich den Erfolg Ihres Unternehmens zu steigern.

So bewirken Sie mehr mit Ihren Verkaufspräsentationen:

- Definieren Sie die **ein bis maximal 3 Kernaussagen**, die Ihre Kunden nach Ihrer Präsentation „im Kopf“ haben sollen. Und denken Sie daran: Es ist weniger wichtig, was Sie sagen, sondern wichtiger, wie Sie es sagen. Und entscheidend ist, was für Bilder im Kopf Ihrer Zuhörer bei Ihrer Präsentation entstehen (zum Beispiel über Ihre Kompetenz, die Zusammenarbeit mit Ihnen, den Benefit für die Kunden ...)
- Bereiten Sie sich gut vor und sorgen Sie für eine **klare Struktur** Ihrer Präsentation. Machen Sie es Ihren Zuhörern leicht, Ihnen gedanklich zu folgen. Nutzen Sie zum Beispiel das von den Jansens entwickelte RÜBER-Modell.
- Stellen Sie den **Kunden und seine Interessen in den Mittelpunkt** und sprechen Sie weniger über Ihre Leistungen, Ihre Firma, Ihre Services ...
- Präsentieren Sie professionell:
 - stehen Sie wann immer es geht (auf jeden Fall bei mehr als 4 Personen auf Kundenseite)
 - setzen Sie Ihren Blickkontakt gezielt ein, indem Sie diesen herstellen, **bevor** Sie ein wichtiges Argument anbringen
 - vermeiden Sie Füllwörter und allgemeines Bla-bla-bla
 - zeigen Sie Begeisterung für das Produkt, die Idee ...
 - machen Sie Pausen!
 - nutzen Sie Medien effektiv und sinnvoll.

- Führen Sie einen **Dialog** mit Ihren Kunden – indem Sie diese einbinden oder zumindest Ihre Präsentation so aufbauen, dass im „Geist“ ein Dialog stattfinden kann
- Bauen Sie Ihre **Argumentation schlüssig und logisch** aufeinander auf. Berücksichtigen Sie auch hier, welche Fragen bei Ihren Kunden und Zuhörern im Kopf entstehen
- Denken Sie daran, wie wichtig ein **guter Einstieg** und ein **guter Abschluss** der Präsentation ist. In den ersten Minuten und bei den letzten 2–3 Aussagen ist die Aufmerksamkeit Ihres Auditoriums (falls diese bis dahin nicht die Lust verloren haben, Ihnen zuzuhören) am Größten.

Und noch ein kleines „Dessert“ mit Abschluss–Tip:

Jetzt unterstützen wir natürlich nicht nur unsere Kunden bei der Akquise. Wir sind auch selbst ab und zu in der Situation, bei Neukunden zu präsentieren.

Hier eine kleine Story aus dem vergangenen Jahr:

Wir wurden eingeladen, uns im Rahmen eines „Beauty Contest“ (einer Veranstaltung, bei der verschiedene Anbieter einem Gremium von Entscheidern präsentieren) vorzustellen. Nun wissen Sie vielleicht, dass es in solchen Situationen am Besten ist, als erster Anbieter oder als letzter zu präsentieren. Als Erster können Sie die „Marke“ setzen, als Letzter haben Sie die Chance, sehr präsent in den Köpfen des Auditoriums zu sein.

Wir waren dieses mal als letzter Anbieter an der Reihe. Und alle 3 Mitbewerber vor uns haben ganz hervorragend und professionell präsentiert! Nun mussten wir schnell entscheiden: Noch eine weitere Power–Point–Präsentation oder machen wir etwas ganz anderes? Wir haben uns für „etwas anders“ entschieden!

Da wir ganz klar definiert hatten, welche Botschaft wir bei unserem potentiellen Kunden positionieren wollen, konnten wir diesen die Entscheidung überlassen:

„Wir haben jetzt drei absolut professionelle Präsentationen erlebt. Auch wir haben für Sie natürlich eine Präsentation vorbereitet, die wir Ihnen gerne jetzt vorstellen können. Andererseits können wir jedoch auch die restliche Zeit dazu nutzen, gemeinsam einen möglichen Umsetzungsplan für Ihre Ideen und Vorstellungen zu erarbeiten. Wenn Sie sich dann für einen der

Mitbewerber entscheiden, haben Sie bereits konkrete Vorstellungen, wie Sie das Thema angehen können. Und wenn Sie sich für uns entscheiden, wissen Sie bereits, wie wir miteinander arbeiten werden.“

Überflüssig zu spekulieren, wer den Auftrag gewonnen hat, oder :-)

Hier also der **Abschluss-Tip**:

- Lassen Sie Ihre Kunden praktisch erleben, wie es ist, mit Ihnen zusammen zu arbeiten. Geben Sie eine Kostprobe Ihres Könnens und Ihres Wissens – wann immer das möglich ist und sinnvoll erscheint.

Ergänzend zu diesem Erfolgstip finden Sie auf www.jbt.de auch einen **Video-Podcast**, für wirkungsvollere Verkaufspräsentationen.

Wenn Sie inhaltliche Fragen oder Anregungen zum Erfolgstip haben, dann stehen wir Ihnen wie immer gerne für Ihre Fragen oder den Gedankenaustausch zur Verfügung.

Eine kurze Mail an [mailto:info\(at\)jbt.de](mailto:info(at)jbt.de) genügt.