



Zusatzverkäufe und mentale Stärke

Referat vom 3. Mai 2010

Herzlich willkommen



Referent:

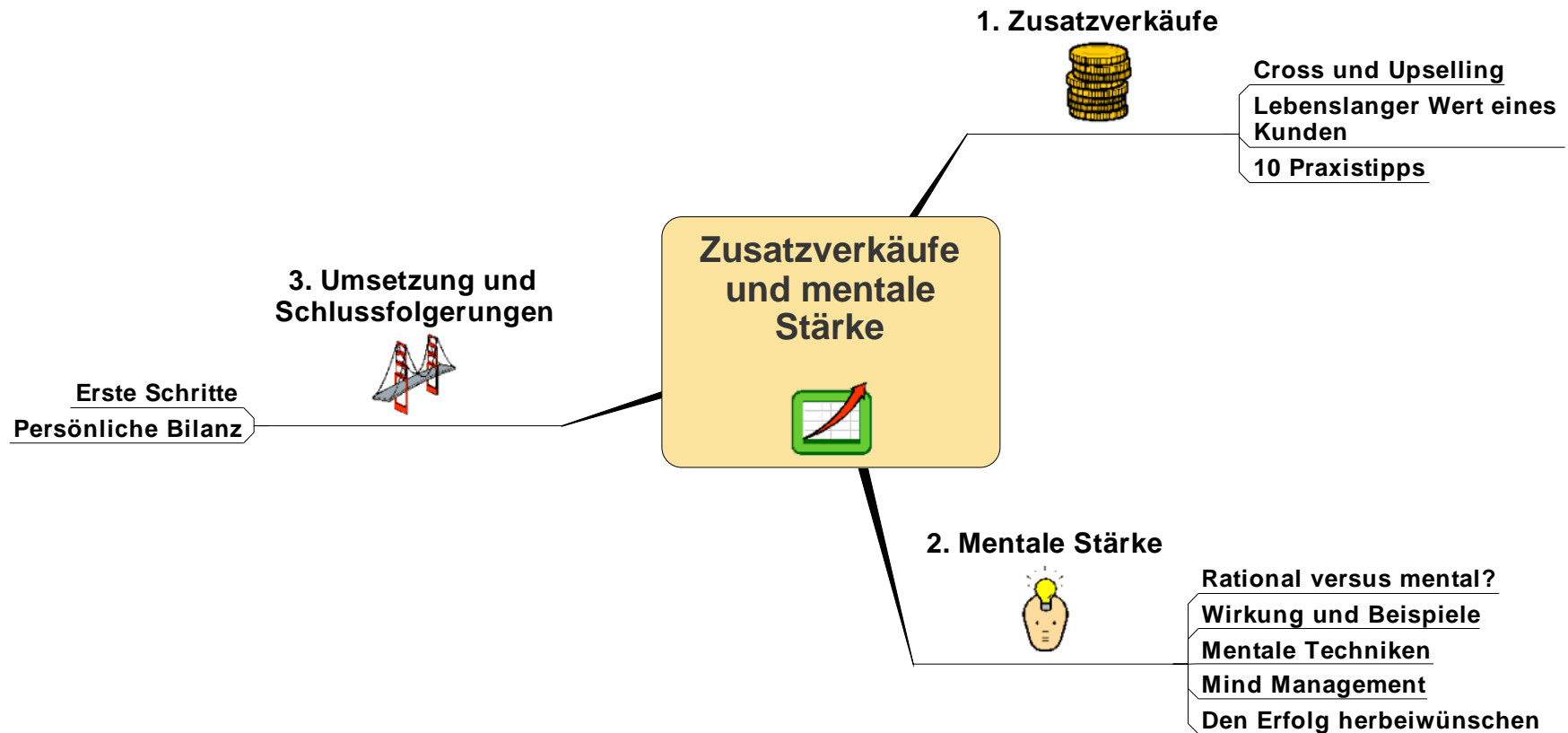
Christian H. Fravi, lic.oec.et iur. HSG, Training und Beratung,
Gaichtstr. 30, CH-2512 Tüscherz, 0041 79 611 42 69 oder 0041 32
325 35 80, E-Mail: christian@fravi-training.ch

www.fravi-training.ch

Inhaltsverzeichnis

0. Seminarziele und Inhalte	3-7
1. Zusatzverkäufe	8-24
2. Mentale Stärke	25-37
3. Umsetzung und Schlussfolgerungen	38







Ziele

- **Wie kann ich im gegenwärtigen Umfeld aktiv und erfolgreich Zusatzverkäufe bei Kunden realisieren?**
- **Welches sind die Zusammenhänge zwischen Verkaufstechniken und mentaler Stärke und wie gehe ich als kompetenter Verkaufsfachmann damit um?**





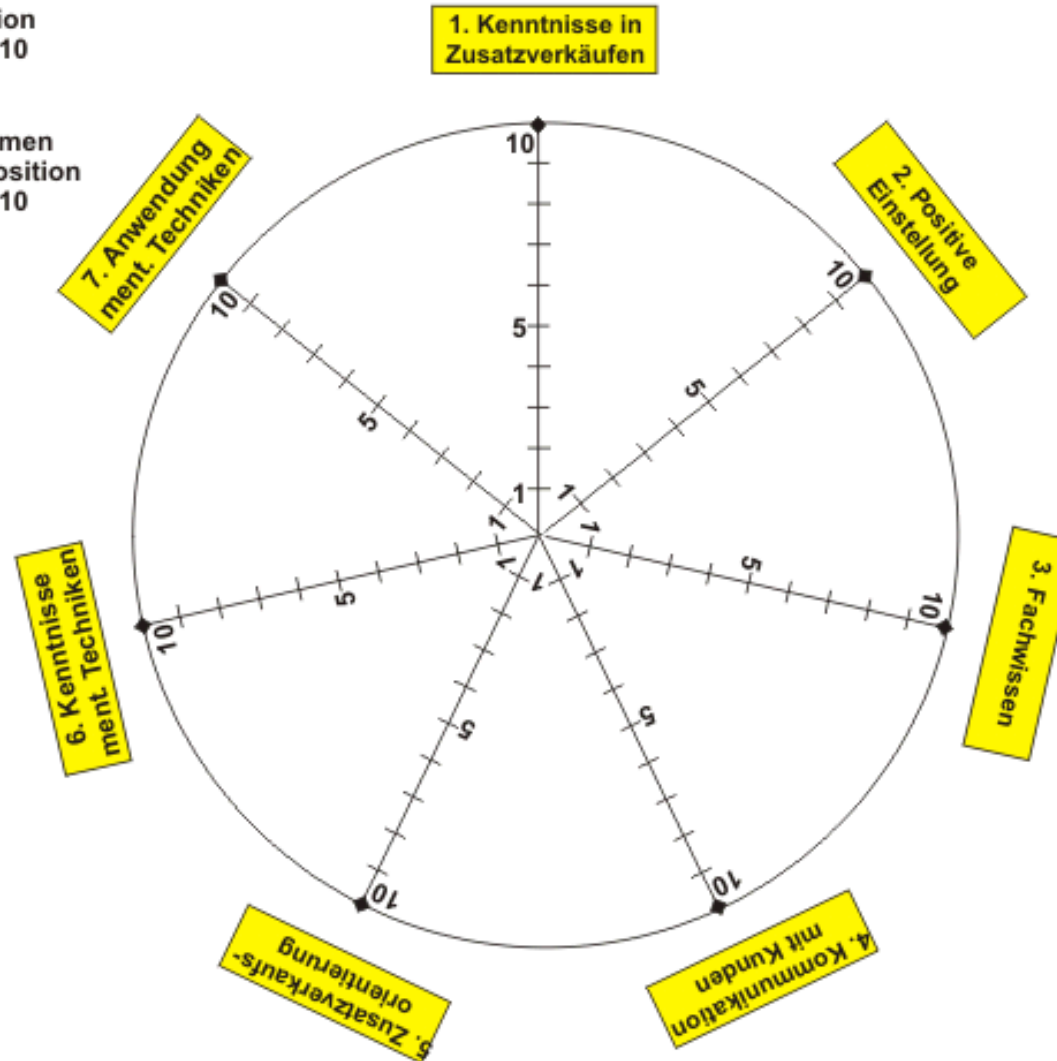
10 Thesen

1. Zusatzverkäufe bieten ein enormes – leider oft ungenutztes - Potential
2. Cross- und Upselling müssen systematisch geplant und angegangen werden.
3. Der Kunde hat es schwer genug – machen wir ihm das Leben einfacher.
4. Kundentreue und Kundenbindung können gezielt gesteigert werden.
5. Nicht weil es schwer ist, wagen wir es nicht, weil wir es nicht wagen, ist es schwer.
6. Mentale und rationale Techniken weisen grosse Synergiepotenziale auf.
7. Ob wir wollen oder nicht wir wenden bereits mentale Techniken (un-)bewusst an.
8. Bewusstere und systematischere Anwendung mentaler Techniken steigert den Erfolg.
9. Die Anwendung ist Einstellungs- und Überzeugungssache.
10. Die Anwendung und Umsetzung im Alltag entscheidet über den Erfolg.

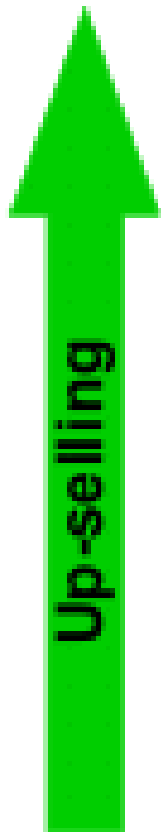


Standortbestimmung

1. Stufen Sie sich selbst ein!
Schätzen Sie Ihre Position auf der Skala von 1 bis 10 ein. (Z.B. Grün)
2. Stufen Sie Ihr Unternehmen ein!
Schätzen Sie die Position auf der Skala von 1 bis 10 ein. (Z.B. Blau)



1. Zusatzverkäufe

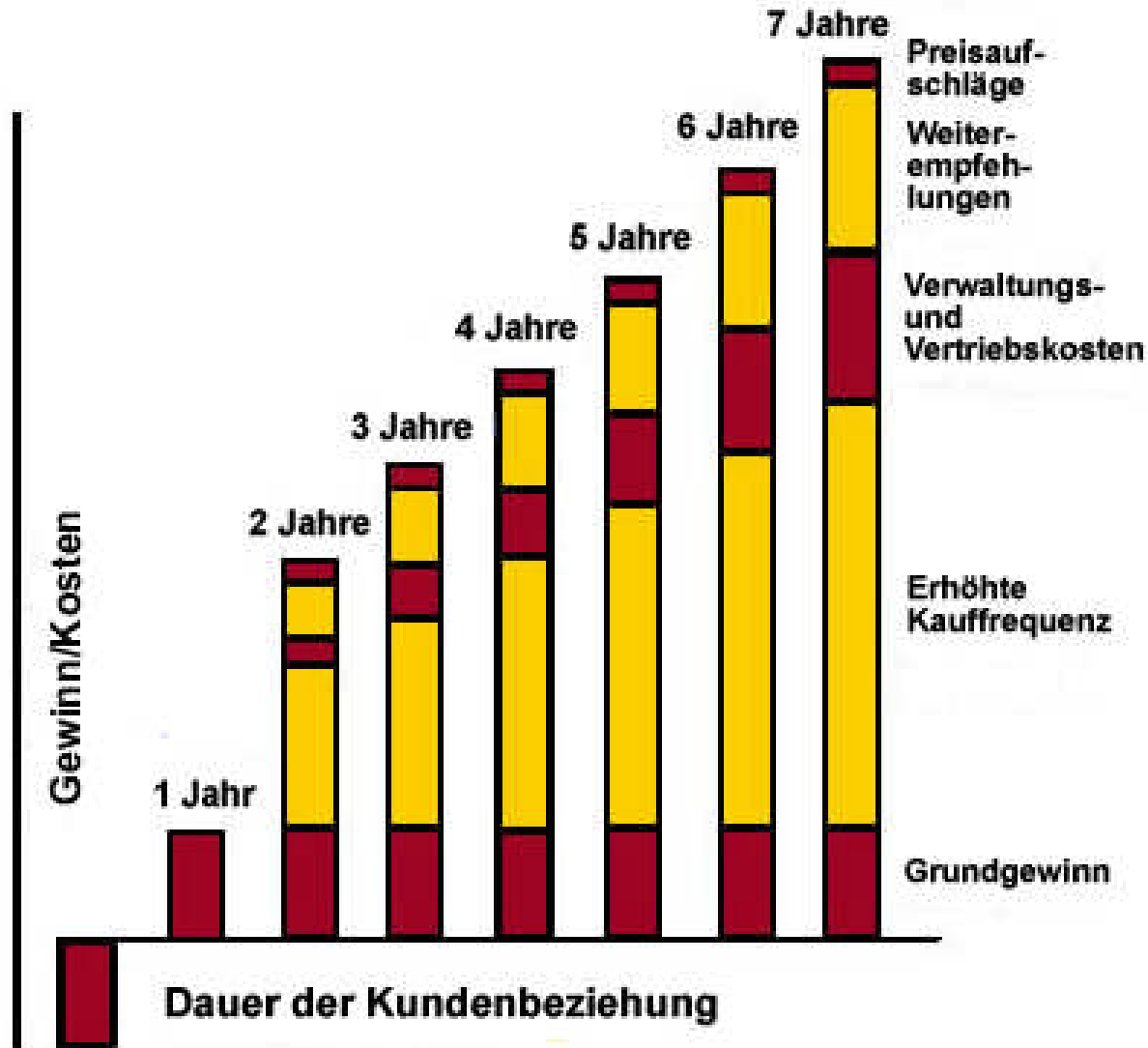


Suite	Romantik Dinner im Dachrestaurant	Intensiv Checkup
Junior Suite	Vollpension	Wellnesswoche
Standard Seeblick	Halbpension	Fitnessanalyse
Standard Innen	Frühstück	Fangopackung
Zimmer	Verpflegung	Wellness





1. Zusatzverkäufe



Vom lebenslangen Wert der Kunden:

Langjährige und treue Kunden sind für jedes Unternehmen sehr wichtig. Im Weiteren sind sie oft auch der Schlüssel (Referenzen) zu neuen Kunden. Hier einige Beispiele vom „lebenslangen Wert“ eines Kunden. Dabei wird von einem Kunden von 40 Jahren (statistisches Durchschnittsalter in unserem Land) und einer Lebenserwartung von nochmals 40 Jahren (ebenfalls statistischer Durchschnitt) ausgegangen:

Beispiele	Umsatz pro Jahr	Umsatz in 40 Jahren
Ferien Kunde	3'000.--	120'000.--
Autokauf (1x pro 5 Jahre zu Fr. 40'000.--)	8'000.--	320'000.--
Lebensversicherung	3'000.--	120'000.--
Lebensmitteleinkauf	5'000.--	200'000.--



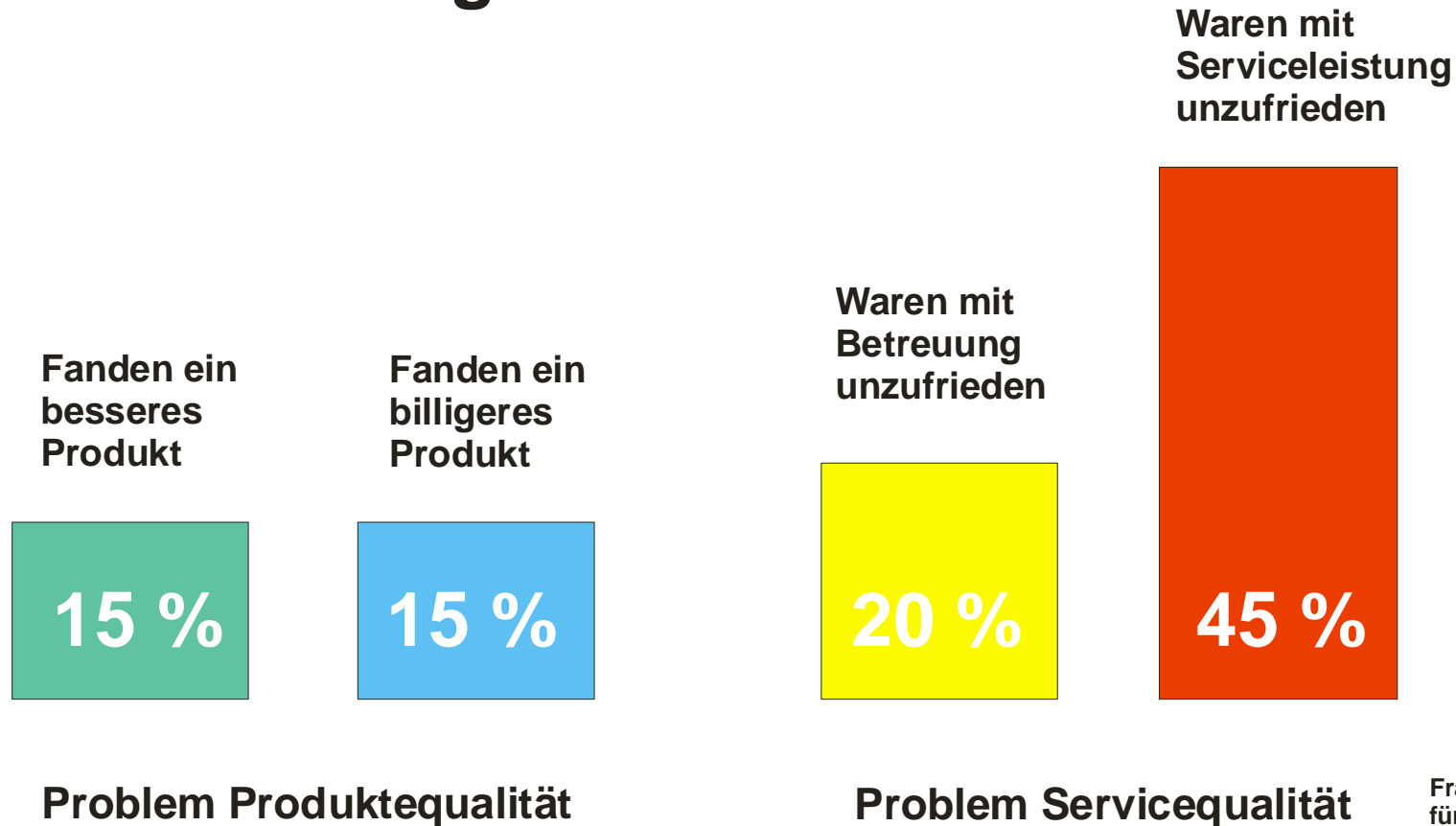
Erfolgsfaktor Kundenzufriedenheit



- **600 % teurer ist es, neue Kunden zu gewinnen, als vorhandene zu halten**
- **300% grösser ist bei sehr zufriedenen Kunden die Wahrscheinlichkeit, dass sie nachbestellen, als bei nur zufriedenen Kunden**
- **Fast 100% ist die Wahrscheinlichkeit, dass sehr zufriedene Kunden zu besten Werbeträgern des Unternehmens werden**
- **Jeder zufriedene Kunde bringt mind. 3 weitere neue Kunden**
- **95% der verärgerten Kunden bleiben dem Unternehmen treu, wenn das Problem innerhalb von 5 Tagen gelöst wird.**
- **Nur ca. 4% aller unzufriedenen Kunden beschwerten sich, die anderen bleiben stumm oder ziehen ihre Konsequenzen**
- **Mind. jeder 4. unzufriedene Kunde wechselt sofort den Anbieter, wenn er eine bessere Alternative hat**
- **Ein unzufriedener Kunde erzählt seine Negativerlebnisse 10 weiteren potentiellen Kunden**

Gründe, warum Kunden zur Konkurrenz gehen

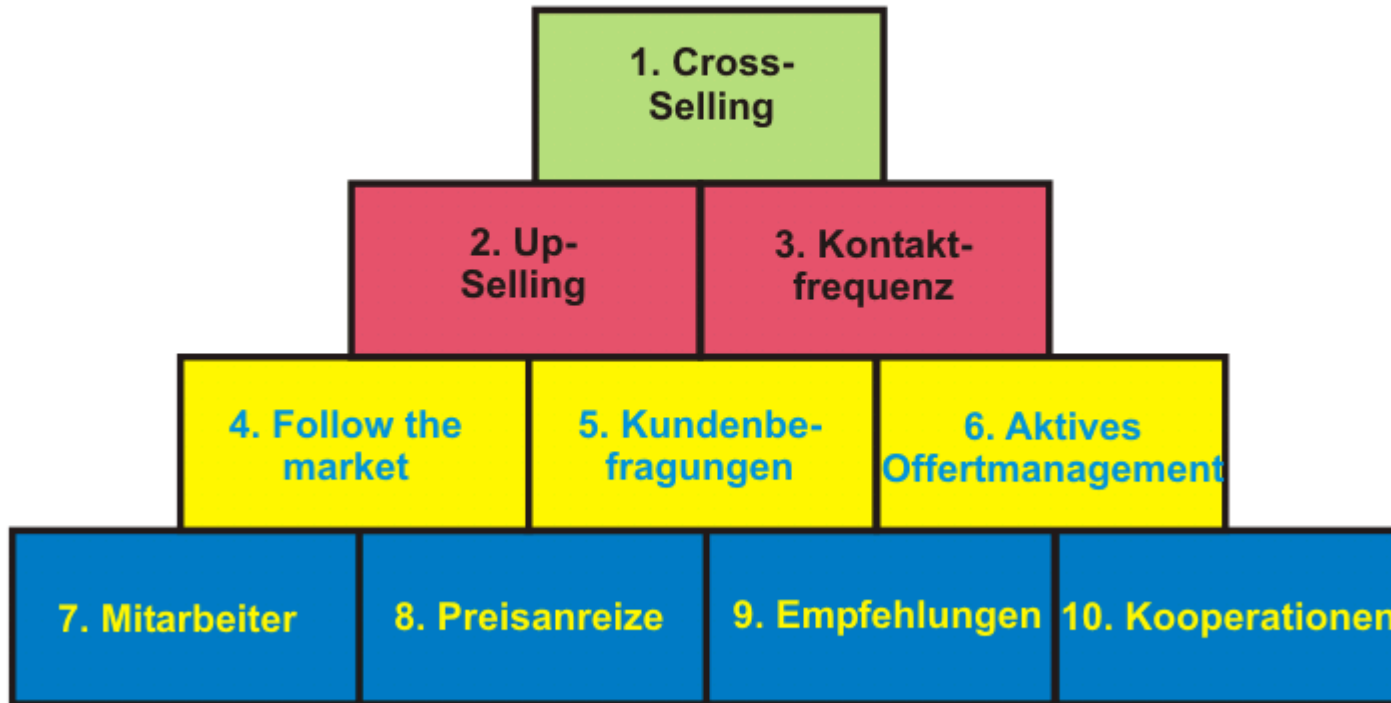
1. Zusatzverkäufe



Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation

10 Bausteine für Zusatzverkäufe

1. Zusatzverkäufe





1. Zusatzverkäufe durch Cross Selling

- **Kennt der Kunde überhaupt unser Angebot?**
- **Warum kennt der Kunde unser Angebot nur teilweise?**
- **Was können wir tun, um den Kunden besser zu informieren?**
- **Wie gehe ich mit den Einwänden wie z.B. „keine Zeit“, „kein Interesse“ um?**
- **Der Köder muss dem Fisch und nicht dem Angler schmecken.**
- **Was könnte den Kunden interessieren an unserem Angebot?**
- **Warum kauft er bei den Mitwettbewerbern und nicht bei uns?**

2. Zusatzverkäufe durch Up-Selling

- Die teuerste Produkt- bzw. Dienstleistungsvariante idR zuerst nennen.
- Nutzen nicht den Preis in den Vordergrund stellen.
- Echte Mehrwerte anbieten nicht Scheinalternativen.
- Vorsicht vor eigenen Einschätzungen bzw. Werturteilen – lassen Sie es den Kunden beurteilen.



3. Zusatzverkäufe durch zusätzliche Kontakte

- Ohne Kontakte keine Kontrakte.
- Die Erhöhung der Kontaktfrequenz ist ein sehr gutes Mittel für Zusatzverkäufe.
- Kontakte können über tel. Terminvereinbarung, zus. Besuche, zus. Messen bzw. Kundenanlässe usw. generiert werden.
- Neben der Kontaktquantität kommt es auch vor allem auf die Qualität an.
- Zur Qualität gehört in erster Linie eine gute Vorbereitung und genügend Zeit für den Kunden haben.



4. Zusatzverkäufe durch „follow the market“

- Über 70 % der guten Ideen kommen von den Kunden.
- Oft sind „komplizierte“ Kunden sehr gute Ideenlieferanten.
- Zum Beispiel Reklamationsbehandlung.
- Sehr oft können diese neuen Dienstleistungen und Produkte zu besseren Preisen bzw. Margen verkauft werden.
- Für den nachhaltigen Erfolg ist ein konstanter Dialog wichtig.



5. Zusatzverkäufe durch Kundenbefragungen

- **Wer fragt, der führt.**
- **Gute Befragungen sind einfach und präzise. Max. 7-10 Punkte.**
- **Eine offene Frage am Schluss sollte nicht fehlen.**
- **Befragungen sind nur so gut, wie sie umgesetzt werden.**
- **Eine wichtige Frage kann z.B. die nach der Kontaktqualität und Kontaktqualität sein.**

6. Zusatzverkäufe durch aktives Offertmanagement

- Nur nachgefasste Offerten sind gute Offerten.
- Geschwindigkeit ist entscheidend.
- Massvolles Nachfassen ist ebenfalls wichtig.
- Nach dem Rennen ist vor dem Rennen.
- Eine gründliche Auswertung einer Absage kann das Unternehmen entscheidend weiter bringen.



7. Zusatzverkäufe durch aktive Mitarbeiter

- Jeder Mitarbeiter ist ein Verkäufer.
- Z.B. Monteur bzw. Servicetechniker versus Verkäufer.
- Das Potenzial ist riesig.
- Eine „zusatzverkäuferische“ Grundeinstellung muss vorgelebt werden.
- Positive Feedbacks können Wunder bewirken.



8. Zusatzverkäufe durch preisliche Anreize

- **Staffel- bzw. Mengenrabatte.**
- **Rückvergütungen (Kickbacks).**
- **Events für die besten Käufer z.B. Reisen, Essen etc.**
- **Verkaufen über den Preis ist zweiseitig – aldisierung...**



9. Zusatzverkäufe durch Empfehlungen

- Grenze zu Neuverkäufen fließend bzw. Interpretationssache.
- Kunden gewinnen Kunden.
- Es sollte gezielt und systematisch gefragt werden.
- Neukunden über bestehende Kunden zu gewinnen ist am effizientesten.
- Das Empfehlungspotenzial wird i.d.R. nur schwach genutzt.



10. Zusatzverkäufe durch Kooperationen

- **Kooperationspartner bringt zus. Verkäufe, weil er z.B. besseren Kontakt zu bestehenden Kunden hat.**
- **Kooperationspartner bringt zus. Verkäufe, weil er uns an neue Kunden bringt.**
- **Aktiver oder passiver Kooperationspartner sein ist oft die Frage.**
- **Eine Rolle als führender Kooperationspartner ist ertragreicher.**



Ideen für Zusatzverkäufe – Zusammenfassung

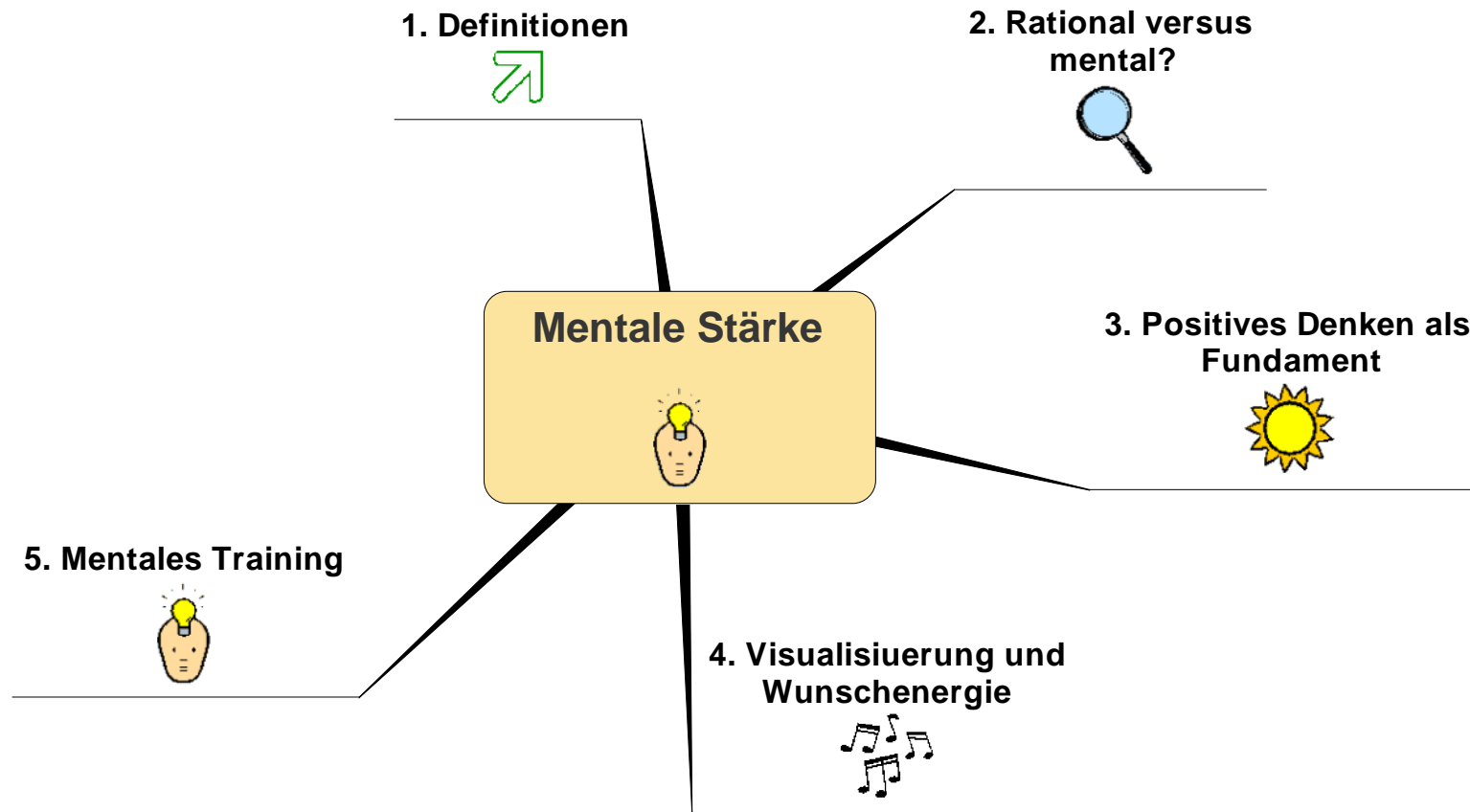
1. Zusatzverkäufe

- 1. Cross-Selling: _____
- 2. Up-Selling: _____
- 3. Zusätzliche Kontakte: _____
- 4. Follow the market: _____
- 5. Kundenbefragungen: _____
- 6. Aktives Offertmanagement: _____
- 7. Aktive Mitarbeiter: _____
- 8. Preisliche Anreize: _____
- 9. Empfehlungen: _____
- 10. Kooperationen: _____
- 11. Weitere: _____

Langfristige Auswirkungen von Kundenbeziehungen

1. Zusatzverkäufe

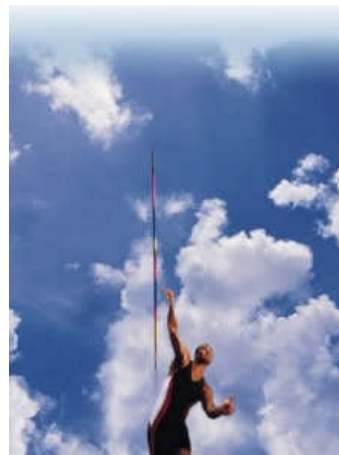
Allgemein	Speziell	... auf das Cross Selling-Potenzial des Kunden
<ul style="list-style-type: none"> • Treuere Kunden sind weniger preissensitiv • Die Reklamationshäufigkeit nimmt mit der Kundenbindungsdauer ab • Die Produktivität des Verkaufs steigt mit zunehmender Kundenbindungsrate • Die Gemeinkosten im Verwaltungsbereich sinken deutlich, wenn die Kundenbindungsrate zunimmt 	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl und Volumen der Geschäfte steigt mit zunehmender Kundenbindungsdauer • Die Reklamationen bzw. Fehler sinken bei Kunden mit grösserem Volumen • Die Preissensitivität treuer Kunden sinkt, so dass zunehmend Produkte mit höheren Renditen verkauft werden können 	<ul style="list-style-type: none"> • Neukunden durch Weiterempfehlungen sind treuer und insofern aufgrund der zuvor genannten Zusammenhänge lukrativer • Durch Empfehlungen gewonnene Kunden haben in der Regel weniger Reklamationen als anders gewonnene Neukunden und sind weniger preissensitiv • Neukundenakquisitionen durch Empfehlung zufriedener Stammkundschaft sind aufgrund des nicht notwendigen Vertriebsaufwandes mit niedrigeren Akquisitionskosten verbunden





Definition

Der Sportpsychologe Dr. James E. Loehr definiert mentale Stärke als die Fähigkeit, sich ungeachtet der Wettkampfbedingungen an seiner oberen Leistungsgrenze zu bewegen. Dies erfordert seiner Ansicht nach emotionaler Flexibilität, Stärke, Spannkraft und entsprechendes Engagement. Diese Grundsätze gelten jedoch nicht nur im (Hochleistungs-)Sport. Sie lassen sich prinzipiell auch auf den beruflichen Alltag übertragen.



Rational versus emotional?

Wenn Du glaubst, Du kannst etwas tun, dann hast Du recht.
Wenn Du glaubst, Du kannst etwas nicht, dann hast Du ebenfalls recht.
Henry Ford

Rational (Konventionell)	Emotional (Inspirational)
Ursache – Wirkung - Denken	Inspiration möglich
Nur was man sieht existiert	Es gibt mehr Dinge...
Konvergentes Denken	Divergentes Denken
Planung – Blue Print	Visualisierung



Wer immer nur denkt oder sagt: „Ich kann das nicht!“ setzt sich nur selbst unnötige Grenzen. Denke an die Hummel. Die Hummel hat eine Flügelfläche von 0,7 Quadratcentimeter, bei 1,2 Gramm Gewicht.

Nach den aerodynamischen Gesetzen, die im Windkanal zu beweisen sind, kann die Hummel nicht fliegen. Größe, Gewicht und Form ihres Körpers, im Verhältnis zur Spannweite ihrer Flügel, machen ihr das Fliegen unmöglich.

Da sich die Hummel dieser wissenschaftlichen Tatsache aber nicht bewußt wird, und außerdem mit beachtenswerter Zielstrebigkeit bedacht ist, fliegt sie eben doch und sammelt täglich noch ein wenig Honig.

Wenn Du glaubst, Du kannst etwas tun, dann hast Du recht.

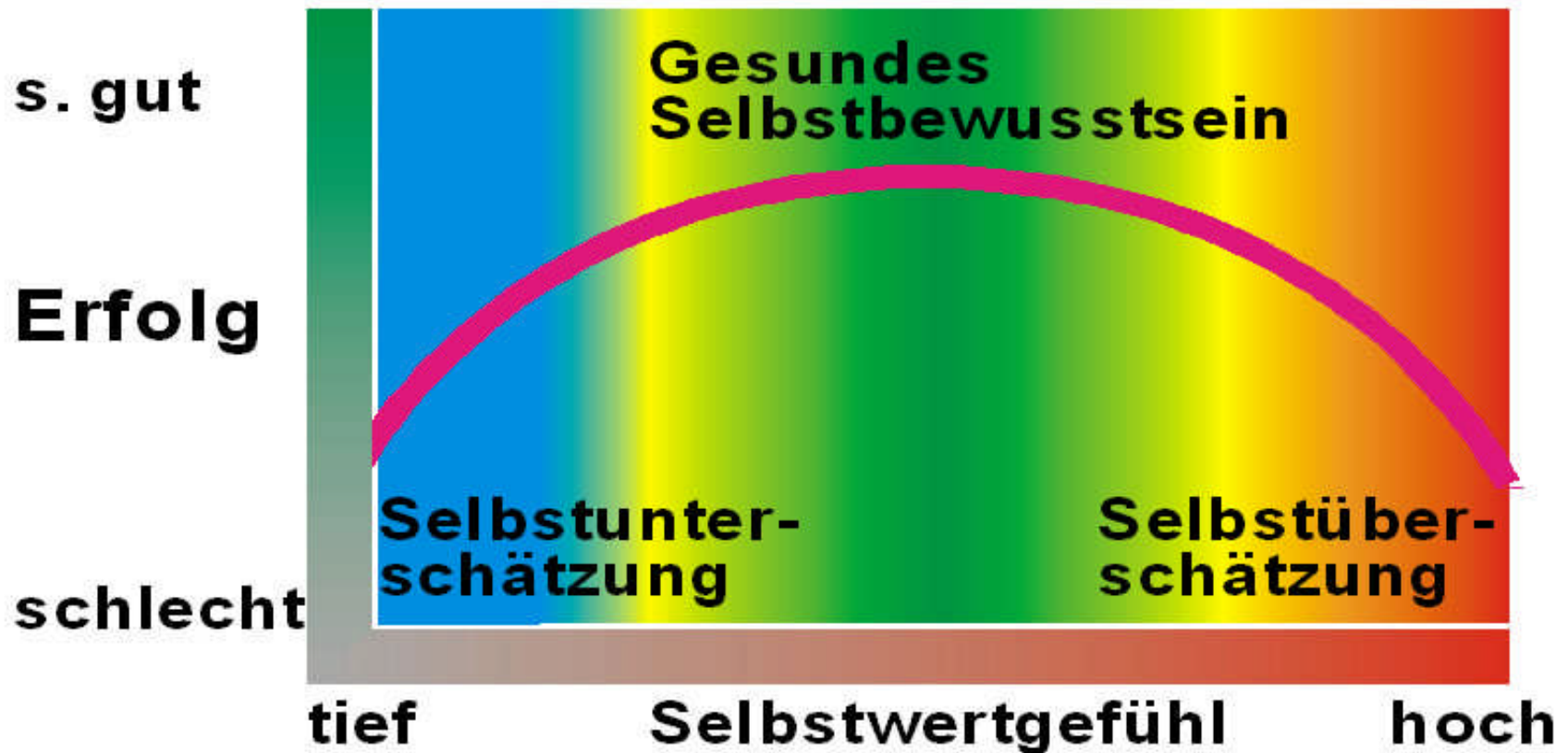
Wenn Du glaubst, Du kannst etwas nicht tun, dann hast Du ebenfalls recht.

Henry Ford



Selbstwahrnehmung und Erfolg

2. Mentale Stärke



Selbstwahrnehmung und innerer Dialog

Der innere Dialog bestimmt letztendlich unsere Selbstwahrnehmung.
Innere Stärke manifestiert sich schlussendlich in äusserer Stärke.
Jeder von uns kennt aus eigener Erfahrung positive und negative Beispiele.
Mit Affirmationen kann viel Erreicht werden.

Beispiele von Affirmationen:

1. Ich kann jeden Tag mein Leben ändern. Heute ist ein guter Tag.
2. Ich lebe jetzt, im Moment.
3. Jeder Augenblick in meinem Leben ist neu und wertvoll.
4. Ich erschaffe jetzt das Leben, das ich gerne führen möchte.
5. Hier und Jetzt bin ich bereit, die Wunder in meinem Leben zuzulassen.
6. Ich kann mein Leben selbst gestalten.
7. Alles ist im Überfluss vorhanden, doch verteilt wird es nur nach Nachfrage.
8. Erfolg zieht Erfolg an.
9. Ein freundlicher Mensch findet sich immer in einer freundlichen Welt wieder.



Einsatzgebiete im Alltag

Da die meisten Menschen einen ständigen inneren Dialog mit sich selber führen, kann dies auch sehr positiv genutzt werden. Salopp gesagt, hat es jeder selber in der Hand, ob er ein positives oder negatives Programm auf seinem Gehirnprozessor laufen lassen will.

2. Mentale Stärke

Alltagssituationen	Positive Einstellung
1. Kritischer bzw. schwieriger Kunde	Positive Eigenschaften suchen und finden. Seine Einstellung positiv verändern.
2. Allgemeine Spannungszustände	Übung Ein- und Ausatmen Positive Erfolgserlebnisse in der Vergangenheit
3. Stress z.B. im Verkehrsstau	Positiv denken statt die Wände hoch gehen. Sich mental umstellen. Positiv handeln evtl.. den Kunden anrufen.
4. Konflikte am Arbeitsplatz	Sich in den anderen hineinversetzen Positive Signale aussenden (Beispiel: Obama versus Hugo Chavez)
5. Probleme vor dem Einschlafen	Statt „das wird morgen schwierig werden“. Das ist zwar nicht einfach und ich lerne jeden Tag neues dazu, was mir hilft, noch besser damit fertig zu werden.
6. Problem mitten in der Nacht	Die universelle Energie in mir gibt mir Kraft, alle Aufgaben zu bewältigen. Das Licht in mir lässt in meinem Leben hier und jetzt Wunder geschehen.
7. Motivation	Mein Leben bzw. meine Arbeit hat den Sinn, den ich ihm gebe. Sich Belohnungen gönnen. (nicht nur materiell, sondern auch ideell).



Visualisierung und Wunschenergie

Definition

Visualisieren bedeutet, etwas bildhaft darzustellen. Das können Sachausagen, Zahlen, Zahlenverläufe, Statistiken, Tabellen, Diagramme, Strukturen, aber auch Prozesse und Gefühle sein, die veranschaulicht werden sollen.

Mentales Visualisieren:

Es vor dem inneren Auge sehen. Es mit dem inneren Auge sehen. Diese Technik wird auch in der Meditation verwendet. Sie erfordert Ruhen, Entspannung, Gelassenheit und vor allem auch Konzentration.

Was will ich nun Visualisieren?

Schreiben Sie hier mindestens drei Ziele auf die Sie für sich visualisieren wollen. Suchen Sie dabei nach treffenden Bildern. Sie sollten es vor dem inneren Auge sehen.

1. _____
2. _____
3. _____



1. Äussere Hindernisse

Ursachen	Beispiele	Auswirkung	Massnahmen
1. Störende Geräusche	Lärm, Musik, Verkehr	Ablenkung, Stress, Blutdruck	Ohrstöpsel, Ausschalten, Ortswechsel
2. Unordnung am Arbeitsplatz	Volltischler, Sammler, Chaos	Ablenkung, Zerstreuung	Aufräumen, Ablagesystem
3. Mangelnde Ausrüstung bzw. Hilfsmittel	Ergonomie, Licht, Lüftung	Rasche Ermüdung, Demotivation	Wie man sich bettet, so liegt man...
4. Unvollständige Unterlagen	Alte Doku, keine Notizen	Defizitgefühle, Demotivation	Neue Verkaufsunterlagen, Vorlesungsnotizen
5. Unschöne Atmosphäre am Arbeitsplatz	Schlechte Gestaltung (Farbe, Form, etc)	Man möchte am liebsten nicht dort sein...	Warme Atmosphäre schaffen. Geht auch ohne Feng-Shui Beratung!



2. Innere Hindernisse

Ursachen	Beispiele	Auswirkung	Massnahmen
1. Probleme und Ängste	Ungelöste private und berufliche Probleme	Starke Beeinträchtigung der Konzentrationsfähigkeit	Aussprache, evt. auch eine Zwischenlösung finden
2. Schlechte und unregelmässige Ernährung	Junk Food statt Brain Food, Alkohol, Nikotin	Ein voller Bauch studiert nicht gern...	Auf „Brainfood“ umstellen. Alk. In massen...
3. Fehlende Pausen	Arbeitsmarathon	Insgesamt verringerte Leistung	Sinnvoll Pausen machen z.B. 50 Min
4. Übermüdung	Zuwenig Schlaf,	Konzentrationsmangel, evt. Grippe	Genügend Schlaf, Prioritäten setzen
5. Zeitdruck	Ständig zuwenig Zeit	Defizitgefühle, Stress	Konsequente Zeitplanung



Wunschenergie für sich einsetzen

Der Wunsch ist im Prinzip eine Form der Visualisierung. Gedanken sind Kräfte, die ihre Wirkung im Bewusstsein als auch im Unterbewusstsein entfalten.

Du bist was Du denkst und du denkst was Du bist.

1. Mache Dir eine klare Vorstellung von dem was Du wünschst (z.B. Verkaufserfolg, Gewinn, Gesundheit etc.)
2. Notiere Deinen Wunsch schriftlich.
3. Visualisiere Deinen Wunsch – auch ein Symbol kann dabei gut helfen.
4. Behalte Deinen Wunsch für Dich.
5. Übe Dich im Wünschen.
6. Wünsche es Dir oft.
7. Glaube an Deinen Wunsch.
8. Vertraue auf Deine bisherigen guten Erfahrungen.



Mentales Training

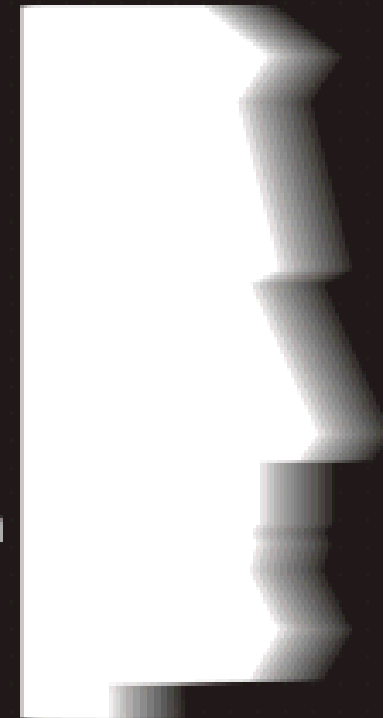


1. Überwindung von Blockaden und Barrieren
2. Tiefenentspannung
3. Positive Erfolgswirkung im Alltag



Wirkungen des mentalen Trainings

- 1 Stressabbau im Alpha-Zustand (8-13Hz)
- 2 Erholung und Tiefenentspannung
- 3 Schon nach wenigen Tagen wirksam
- 4 In verschiedenen Bereichen wirksam
- 5 Keine Abhängigkeit von Aussen



Zusammenfassende Tipps

- Mentale Stärke kommt von innen und ist Glaubenssache.
- Üben Sie sich täglich im positiven Denken – stecken Sie andere mit Ihrem positiven Denken an.
- Erarbeiten Sie für sich positive Vorstellungen (Affirmationen, Glaubenssätze)
- Wünschen Sie sich etwas und visualisieren Sie es.
- Akzeptieren Sie sich so wie Sie sind. Wenn Sie sich selber mögen ist das die beste Voraussetzung dazu, dass andere Sie mögen