

E-NEWS Zusatzverkäufe und mentale Stärke

Zusatzverkäufe sind der Erfolgsfaktor

Dies gilt sowohl für den einzelnen Verkäufer als auch für das ganze Unternehmen. Dabei wird das Ergebnis im wesentlichen durch zwei Faktoren bestimmt. Der erste Faktor, sozusagen die Hardware ist das systematische, gut geplante Vorgehen im Verkauf. Der zweite Faktor, die Software ist die mentale Stärke dazu.



Wenn Du glaubst, Du kannst es tun, dann kannst Du es tun. Wenn Du glaubst, Du kannst es nicht tun, dann kannst Du es nicht tun. Diese Aussage stammt von Henry Ford und hat bis heute eine starke Bedeutung. Die mentale Stärke im Verkauf ist daher mindestens so wichtig, wie ein systematisches Vorgehen. Beides zusammen, gut kombiniert trägt wesentlich zur Erfolgsverbesserung im Verkauf bei.

Daher lade ich Sie heute ein, sich mit Zusatzverkäufen und mentalem Training aktiv auseinanderzusetzen und die konkrete Umsetzung bei sich und in Ihrem Unternehmen zu prüfen. Folgendes steht im Vordergrund:

- **Systematisch Zusatzverkäufe planen und realisieren, insbesondere auch durch Cross- und Upselling.**
- **Konkrete Tipps und Checklisten für Zusatzverkäufe und mentales Training.**

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg, Ihr

Christian H. Fravi

Inhalt

1. Zusatzverkäufe - Vorteile für alle:

Zusatzverkäufe systematisch planen und realisieren

2. Tipps und Checklisten:

Praktische Beispiele, Checkpunkte und Tipps für den Alltag

Kontakt:

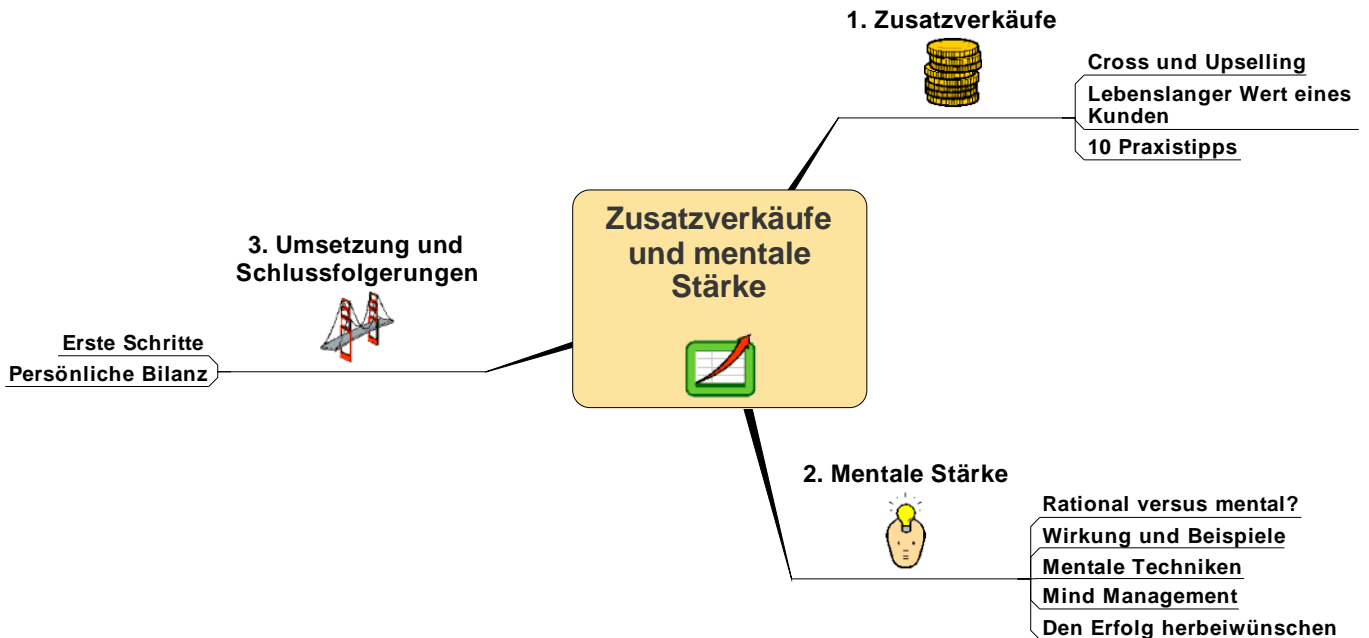
Ch.H. Fravi

Christian H. Fravi, lic.oec.HSG
Training und Beratung
Gaichtstr. 30
CH-2512 Tüscherz
Tel. +41 79 611 42 69 oder
Tel. +41 32 325 35 80
christian@fravi-training.ch

www.fravi-training.ch

1. Zusatzverkäufe und mentale Stärke

Gesamtübersicht:



Tipp 1: Cross- und Upselling

Cross- und Upselling sind die zwei bestimmenden Vorgehensweisen für den Erfolg im Bereich Zusatzverkäufe. Ihre systematische Vorbereitung und Anwendung ist Matchentscheidend. Wie das untenstehende Beispiel zeigt, geht es beim Cross-Selling um ein vollständiges Produkt- bzw. Servicepaket für den Kunden (z.B. Zimmer mit Frühstück und Fangopackung). Beim Up-Selling geht es darum, dem Kunden möglichst ein hochwertiges Zimmer zu verkaufen. Gute Verkäufer und Berater haben stets beide Dimensionen im Kopf und sind entsprechend vorbereitet.

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

Tipp 2: Lebenslanger Wert eines Kunden:

Kunden, die gut beraten und betreut werden, bleiben in der Regel länger treu. 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 42 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.--

Ein systematisches Kundenmanagement legt daher einerseits Wert auf ein optimales Anbieten von Cross- und Upselling. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde zufrieden ist und beim Unternehmen bleibt. Andererseits ist auch sehr darauf zu achten, dass Zusatzverkäufe nicht im Sinne eines Hard-Selling durchgeführt werden. Ein ruhiges, der Kundensituation angepasstes und systematisches Vorgehen ist der Schlüssel zum Erfolg. Dazu braucht es vor allem auch eine gute Hartnäckigkeit gepaart mit Geduld.

Tipp 3: 10 Bausteine für Zusatzverkäufe:

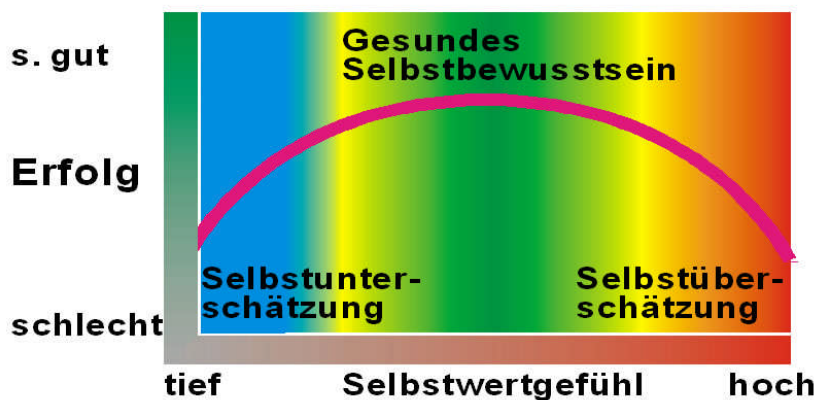


Bausteine	Checkpunkte für gezielte Vorbereitung und Durchführung
1. Cross-Selling	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kennt der Kunde überhaupt unser Angebot? ▪ Warum kennt der Kunde unser Angebot nur teilweise? ▪ Was können wir tun, um den Kunden besser zu informieren? ▪ Wie gehe ich mit den Einwänden 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. Upselling	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die teuerste Produkt- bzw. Dienstleistungsvariante i.d.R. 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. Zusatzkontakte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. Follow the market	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. Kundenbefragungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 Kontaktquantität sein.
6. Aktives Offertmanagement	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. Aktive Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. Preisanreize	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Staffel- bzw. Mengenrabatte. ▪ Rückvergütungen (Kickbacks). ▪ Events für die besten Käufer z.B. Reisen, Essen etc. ▪ Verkaufen über den Preis ist zweischneidig – aldisierung...

Bausteine	Checkpunkte für gezielte Vorbereitung und Durchführung
9. Empfehlung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. Kooperation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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.

Tipp 4: Aufbau von mentalen Stärken:

Selbstwahrnehmung und Erfolg



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.

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 Chavez)

Alltagssituationen	Positive Einstellung
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).

Tipp 4: 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.

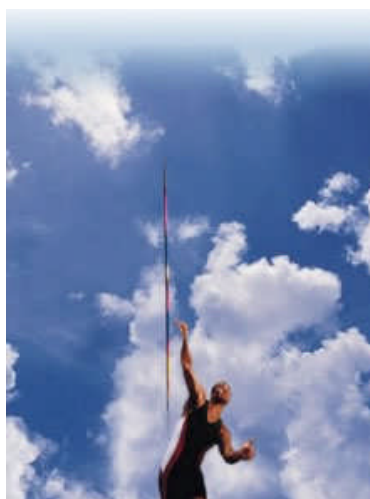
Mentales Visualisieren:

Es vor dem inneren Auge sehen. Es mit dem inneren Auge sehen. Diese Technik wird auch in der Meditation verwendet. Sie erfordert Ruhe, 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. _____



Tipp 5: Zusammenfassung:



Zusatzverkäufe sind das Resultat von zusätzlichem Einsatz. Einsatz auf der inhaltlichen Ebene und auf der mentalen Ebene. Neben dem Wissen und Können ist auch das Wollen gefragt. Der Kunde wünscht sich eine gute Beratung und einen kompetenten und engagierten Berater und Verkäufer.



Im Alltag fehlt oft die Zeit bzw. keine Zeit ist auch oft eine etwas verklausulierte Formulierung für kein Wollen. Hier ist die Arbeit mit bzw. an der persönlichen Einstellung gefragt.



Eine Standortbestimmung mit einer guten Checkliste für Zusatzverkäufe kann oft Wunder bewirken. Wichtig kann auch – gerade im Verkauf - der Feedback von Kollegen, Vorgesetzten und Kunden sein.



Mentale Stärke lässt sich – wie körperliche Fitness – einfach trainieren. Man muss aber dran bleiben und eine gute Ausdauer dazu haben.



Schreiben Sie sich die wichtigsten Affirmationen für sich selbst auf. Tragen Sie diese Informationen auf sich und besprechen Sie sich selbst positiv statt negativ.

Leser-Service: Zusätzliche Informationen, Checklisten und Anleitungen

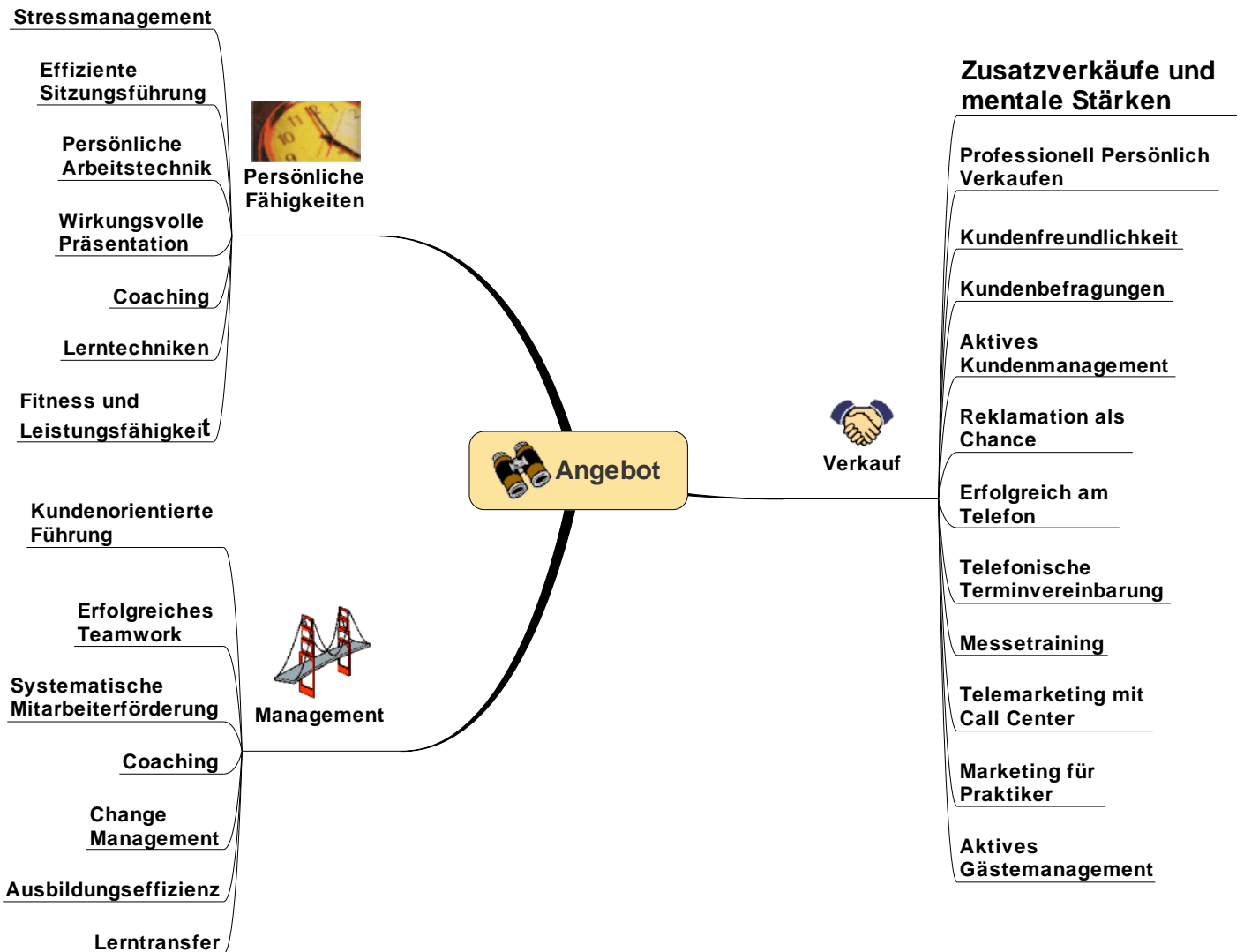
Wollen auch Sie für sich bzw. Ihr Team zusätzliche Zeit und Effizienz gewinnen und mit den Tipps aus diesem E-Newsletter etwas Neues ausprobieren?

Dann unterstütze ich Sie gerne mit einer weiteren Leistung: Ich offeriere Ihnen umfassende Zusatzinformationen.

Fordern Sie Zusatzinformationen an. Senden Sie dazu einfach ein Mail mit der Angabe Ihres Namens und dem Vermerk „Zusatzinfos über Zusatzverkäufe und mentale Stärken“ an folgende Adresse:

christian@fravi-training.ch wenn Link nicht geht bitte von Hand eingeben. Danke!

Gesamtüberblick Leistungsangebot:



Gerne bin ich Ihr Ansprechpartner für Training, Beratung und Coaching in den oben genannten Bereichen. Es freut mich, von Ihnen zu hören oder zu lesen.
 Christian H. Fravi, Training und Beratung, Gaichtstr. 30, CH-2512 Tüscherz,
 Tel. +41 79 611 42 69 oder +41 32 325 35 80, Fax +41 32 325 35 81
 Mail: christian@fravi-training.ch
 Web: www.fravi-training.ch

PS: Alle bis jetzt veröffentlichten E-News finden Sie unter:
<http://www.fravi-training.ch/pages/de/news.php>