

Verkaufsmeetings noch erfolgreicher gestalten

Verkaufser und Verkaufsleiter verbringen einen beträchtlichen Teil ihrer Arbeitszeit an Sitzungen, Besprechungen und Konferenzen. Als Leiter, aber auch als Teilnehmer von solchen Meetings haben Sie einen beträchtlichen Einfluss auf deren Verlauf und die damit erzielbaren Ergebnisse.

sentlichen in drei Abschnitte unterteilbar, nämlich die Vorbereitung, die Durchführung und die Auswertung. Nachfolgend werden daher die wichtigsten Punkte im

Mit gut vorbereiteten und effizient durchgeführten Meetings erzielen Sie bessere Resultate in kürzerer Zeit und das Ganze macht erst noch mehr Spass. Ein Meeting mit 8 Personen über 2 Stunden kostet mit Vor- und Nachbearbeitung mindestens Fr. 1'000.–. (Annahme Fr. 60.– pro Person und Stunde inkl. Lohnnebenkosten, was auf mittlerer Stufe eine eher moderate Schätzung ist. Dazu kommt die Vor- und Nachbearbeitung.) Diesem Aufwand sollte ein entsprechendes Ergebnis gegenüberstehen.

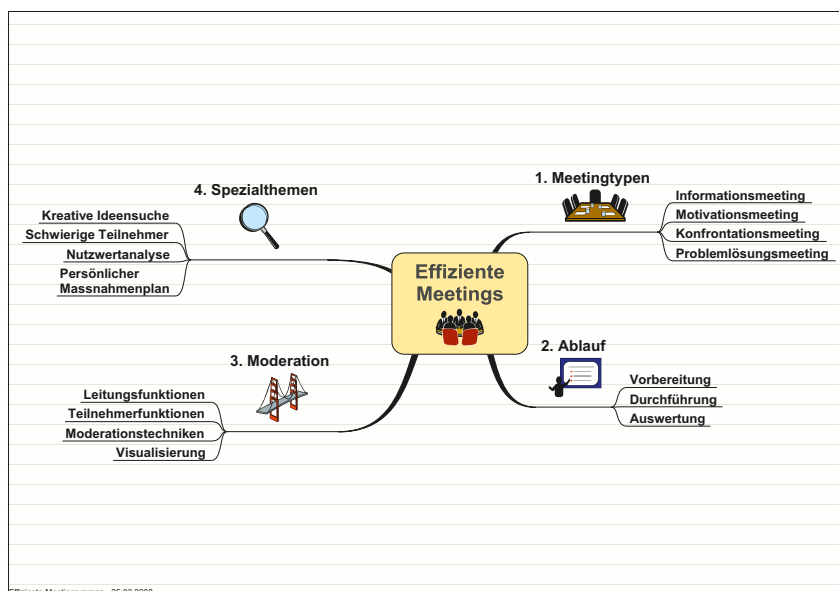
Meetingtyp	Inhalt überwiegend
Informationsmeeting	Informieren, anweisen, antworten
Motivationsmeeting	Überzeugen, überreden
Konfrontationsmeeting	Aushandeln, erpressen
Problemlösungsmeting	Kooperieren

Die vier verschiedenen Meetingtypen.

Im Verkaufsalldag handelt es sich meistens um eine Mischform, wobei ein Element überwiegt, z.B. Informationsmeeting mit einem Motivationsteil. Für die Vorbereitung und die Durchführung eines erfolgreichen Meetings ist die

Sinne einer übersichtlichen Checkliste aufgeführt:

Gesamtübersicht



Vorbereitung:

- ✓ Was ist das Besprechungs- bzw. Meetingziel?
- ✓ Wer ist für was verantwortlich?
- ✓ Meetingthema, Teilnehmer und Ort?
- ✓ Termin, Einladung, Unterlagen, Raum, Infrastruktur?
- ✓ Protokollführer, inhaltlicher und zeitlicher Ablauf, Vorinformation via Mail, Telefon usw.?

Durchführung:

- ✓ Ziel – Vorgehen festlegen
- ✓ Informationen austauschen, ordnen
- ✓ Entscheidungskriterien festlegen
- ✓ Mögliche Lösungen entwickeln
- ✓ Mögliche Lösungen bewerten
- ✓ Entscheid treffen
- ✓ Massnahmen bzw. Umsetzungsplan

1. Meetingtypen – was soll erreicht werden

Das Vorgehen am Verkaufsmeting wird in erster Linie vom Zweck und Ziel bestimmt. Es lassen sich dabei vier Haupttypen von Meetings unterscheiden:

Überlegung, welches Ziel damit in erster Linie erreicht werden soll, von grosser Bedeutung.

2. Ablauf

Ein Verkaufsmeting ist zeitlich im We-

Auswertung:

- ✓ Feedbacks der Teilnehmer einholen
- ✓ Kontrolle der Umsetzung der Massnahmen
- ✓ Vorbereitungspunkte für das nächste Meeting (planen bzw. ergänzen)

aufsmeet

3. Moderation

Ob Verkaufsm Meetings spannend, informativ und kurzweilig sind oder wie eine Schlafpille wirken, wird vor allem auch durch die Moderation bestimmt. Moderation ist ursprünglich ein Begriff aus der Technik und bedeutet einen Prozess weder über- noch unterkritisch werden zu lassen. Auf ein Meeting übertragen heisst das, dass die Aktivitäten der Teilnehmer und der Leiter weder zu gering noch zu hektisch ausfallen sollen.

Wichtige Moderationstechniken sind die Folgenden:

- ✓ Aktivierende Fragen an die Teilnehmer (evtl. Redezeitbegrenzung, wenn Gefahr besteht, dass einige zu viel reden)
- ✓ Einstimmung aller auf die Meetingziele – Zielvereinbarung am Anfang bzw. Hinweis auf Ziele während des Meetings – Visualisierung der Ziele auf Flip-Chart
- ✓ Gemeinsame Ziele in den Vordergrund stellen, statt Kampf um Positionen
- ✓ Stimmungsbarometer einsetzen (d.h. Teilnehmer können auf einer Skala von z.B. 1 (schlecht) bis 5 (sehr

gut) ankreuzen, wie sie sich fühlen. Das Stimmungsbarometer kann am Anfang, in der Mitte und auch am Schluss eingesetzt werden. Es ist ein gutes Mittel, jeden Einzelnen anzusprechen.

4. Spezialthemen

Umgang mit schwierigen Meetingteilnehmern

Schwierige Teilnehmer können ein Meeting ganz erheblich stören. Sie sind eine Herausforderung für den Leiter, aber auch für die anderen Teilnehmer. Sie kosten oft Zeit und Nerven. Der richtige Umgang mit ihnen ist daher entscheidend für den Erfolg des Meetings. Wenn zum Voraus bekannt ist, wer die schwierigen Teilnehmer sind, kann mit einer Vorbesprechung (auch telefonisch, via Mail) viel erreicht werden. Manchmal ist das aber nicht möglich, weil die Zeit fehlt oder weil nicht bekannt ist, wer die schwierigen oder kritischen Teilnehmer sind. Dabei sind schwierige Teilnehmer nicht per se negativ – ja oft können sie entscheidende Impulse geben. Der Leiter des Meetings sollte sich nicht zu sehr exponieren. Eine wirksame Technik ist daher auch, nach einer Wortmeldung

eines schwierigen Teilnehmers, die anderen Meetingteilnehmer dazu Stellung nehmen zu lassen. Sehr oft wird dabei die Position des schwierigen Teilnehmers relativiert bzw. abgeschwächt oder sogar isoliert. Danach kann das Meetingziel wieder konzentriert verfolgt werden.

Kreative Ideensuche und Ideenbewertung

Manchmal wird das Potenzial eines Meetings nur schwach genutzt. Ein gutes Verkaufsm Meeting fördert das kreative Potenzial der Gruppe. Zukunftsorientierte Unternehmen sind auf neue und kreative Ideen angewiesen. Der Einsatz von Kreativitätsfindungstechniken (z.B. Brainstorming, morphologischer Kasten u.a.) ist daher empfehlenswert. Sie fördern zudem die aktive Moderation bzw. den Einbezug aller Teilnehmer in den Prozess. Copyright Christian Fravi, 2008

Christian H. Fravi, 1956, lic. oec. et iur. HSG, selbständiger Trainer und Berater seit 1990. Bei Bedarf werden Verkaufsm Meetings gerne analysiert und ausgewertet sowie konkrete Massnahmenvorschläge erarbeitet.

6

Abonnenten von Pitch - Verkauf Schweiz - erhalten bei uns **10% RABATT !**
Interessiert ?

Verlangen Sie Ihr persönliches Passwort an pw@rooms.ch
und schon können Sie günstig in der ganzen Schweiz übernachten !

Les abonnés à Pitch - Vente Suisse - bénéficient de **10% DE REDUCTION !**
Intéressés ?

Demandez votre mot de passe personnel à pw@rooms.ch
et dormez à des prix avantageux sur tout le territoire suisse !

www.rooms.ch/BUDGET-FRIENDS

Direct online booking: +41(0)848 805 508 www.rooms.ch info@rooms.ch



200 Hotels in der Schweiz
Wo guter Schlaf günstig ist !

200 hôtels en Suisse
Où bien dormir coûte peu !

Zusammenfassende Checkliste

Punkte	Bemerkungen
1. Meetingstyp: → Information → Motivation → Konfrontation → Problemlösung	
2. Ablauf: → Vorbereitung → Durchführung → Auswertung	
3. Moderation: → Aktivierende Fragen → Ziele und Zielvereinbarung → Stimmungsbarometer einsetzen	
4. Spezialfragen: → Umgang mit kritischen Teilnehmern → Kreative Ideen finden	



Einer unserer Verlagskunden, der in den Bereichen Garten, Haus und Küche, Kochen, Wein sowie Pferde, Hunde und Katzen sehr erfolgreich Bücher produziert, sucht für die weitere Expansion in der deutschsprachigen Schweiz eine/n kompetente/n, eingeführte/n,

freie/n Aussendienstmitarbeiter/in

für den Buchhandel und die Parallelmärkte wie Zoofachhandlungen, Pet-Shops, Landis etc.

Interessentinnen und Interessenten melden sich bitte unter Nachweis der Kontakte zu Nebenmärkten bei Frau Patricia Graber via E-Mail: graberp@buchzentrum.ch.

Buchzentrum AG
 Adresse **Industriestr. Ost 10**
 Ort **4614 Hägendorf**



Die Tobler Protecta AG ist ein führender Handelsbetrieb, der im Bereich Persönliche Schutzausrüstung (Arbeitssicherheit) tätig ist. Seit über 25 Jahren bieten wir kompetente Lösungen für die verarbeitende Industrie an. Namhafte Markenvertretungen wie Bata- und Cat-Sicherheitsschuhe sowie Arbeitskleidung von Planam gehören zu unserem Sortiment.

Unsere Devise lautet: «Wir bieten Sicherheit von Kopf bis Fuss»

Um unsere Marktposition weiter auszubauen, suchen wir einen akquisitionsstarken

Verkaufsprofi als Gebietsverantwortlichen (Region Ostschweiz)

Ihr Profil:

- Mind. 5 Jahre erfolgreiche Verkaufsaussendienst-Erfahrung (idealerweise im Business to Business)
- Kommunikative Verkaufspersönlichkeit
- Zielorientiert und abschlussstark
- Begeisterungsfähig und hohe Selbstständigkeit
- Alter 28–40 Jahre
- Weiterbildung im Verkauf (dipl. Verkaufberater, Verkaufskoordinator usw.)
- Wohnsitz im Verkaufsgebiet
- PC-Anwenderkenntnisse (Office, Outlook)

Ihre Aufgaben:

- Kompetente Beratung der bestehenden Kundenbeziehungen
- Ausbau des Kundenpotenzials inkl. Neukundenakquisition
- Selbstständige und effiziente Besuchsplanung
- Verkaufsbudgetverantwortung
- Markt- und Konkurrenzbeobachtung
- Sie betreiben selbstständig ein Home-Office

Wir bieten Ihnen:

- Eine sehr abwechslungsreiche und selbstständige Tätigkeit in einer interessanten Branche
- Eine ausgezeichnete interne Ausbildung auf Produkte und Normen
- Ein zukunftsorientiertes Unternehmen
- Kompetente Verkaufsinendienst-Unterstützung
- Geschäftsauto (auch für den privaten Gebrauch)
- Home-Office

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Unser Verkaufsleiter Herr Markus Steinmann freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Tobler Protecta AG, Sicherheit am Arbeitsplatz
 Kornfeldstrasse 1, 6210 Sursee, 079 277 77 85,
 www.tobler-protecta.ch