

## «12 Tipps zur Steigerung meiner Verkaufsleistung»

Das Potenzial Ihres Markts ist bestätigt, und nun sind Sie bereit, loszulegen.

Nachfolgend präsentieren wir Ihnen 12 Tipps, wie Sie die Verkaufsleistung maximieren können:

1. [Schätzen Sie die potenziellen Kunden auf Basis von repräsentativen und im Voraus definierten Kriterien ein.](#)
2. Erstellen Sie einen Massnahmenplan und konzentrieren Sie danach Ihre Energie und Zeit auf die Zielkundschaft.
3. Üben Sie mit potenziellen Kunden, welche weniger wichtig sind, und widmen Sie sich erst danach den wichtigen Kunden.
4. Verlieren Sie keine Zeit mit potenziellen Kunden, wenn Sie keinen direkten Draht zum Entscheidungsträger haben. Wer nicht die Kompetenz hat, «ja» zu sagen, tendiert zu einem «nein».
5. Eine Empfehlung multipliziert die Chancen, einen Termin mit jemandem zu ergattern, der Sie nicht persönlich kennt, um den Faktor 30.
6. Vorbereitung ist 90% des Erfolgs ... Investieren Sie also ausreichend Zeit, um die Gespräche vorzubereiten, und definieren Sie die Ziele, welche Sie erreichen wollen.
7. Der Kunde will wissen, wie Sie ihm das Leben leichter machen können. Ihre Mission, Ihre Philosophie, Ihre Werte und Ihr Lebenslauf interessieren ihn nicht.
8. Lassen Sie den Interessierten über seine Bedürfnisse, seine Frustrationen, seine Probleme sprechen. Erst dann präsentieren Sie Ihre Lösungen, die perfekt auf ihn ausgerichtet und angepasst sind; Die besten Verkäufer sind diejenigen, die weniger als ihr Verhandlungspartner sprechen. [Hören Sie aktiv zu!](#)
9. Geben Sie sich kundenorientiert und ersetzen Sie «ich» durch «Sie». Hören Sie auf, über Ihr Angebot und dessen Merkmale zu sprechen, und konzentrieren Sie sich auf dessen Nutzen, denn nur so können Sie Ihren Gesprächspartner begeistern.
10. Unerwünschte Werbeanrufe, sogenannte Cold Calls, bleiben auch im Zeitalter von «Inbound Marketing» und «Marketing Automation» unumgänglich.
11. Ihr Gesprächspartner hat negativ auf Ihren Telefonanruf reagiert? Keine Sorge: 90% der Geschäfte werden ab dem fünften Kontakt abgeschlossen. Erstellen Sie also einen Kalender, um einen Überblick darüber zu erhalten, wann Sie den potenziellen Kunden das nächste Mal kontaktieren.
12. Beenden Sie ein Gespräch mit einem Kunden immer mit dem Aufzeigen der nächsten Schritte: ein Telefonanruf, eine E-Mail, ein Besuch. Seien Sie konkret, indem Sie ein Datum, eine Uhrzeit, ein Thema festlegen.

Es gibt keinen guten Grund, die Kontaktaufnahme mit einem Interessierten auf morgen zu verschieben. Fangen Sie sofort damit an!

Weitere Tipps sowie bewährte Methoden finden Sie ebenfalls im [Blog von Plus Sept](#).