

- Vertriebskunst -

Der geheime Code des Verkaufserfolgs

"Das Geheimnis hinter Rekordumsätzen

-

Meistere die Kunst des Verkaufs"

CÜNEYT KARTAL

-Vertriebskunst-

Der geheime Code des Verkaufserfolgs

Cüneyt Kartal

www.kartal-courage-consulting.de

cuneyt.kartal@gmail.com

© 2024 Cüneyt Kartal

Umschlag, Illustration: Cüneyt Kartal

Herausgeber: CMK Association UG (haftungsbeschränkt) Amtsgericht Hamburg

Handelsregisternummer HRB 179079 Fotos:

Cüneyt Kartal



tredition

Druck und Distribution im Auftrag des Autors:

Tredition GmbH Halenreihe 40-44

22359 Hamburg, Deutschland

Hardcover ISBN 978-3-384-35270-5

e-Book ISBN 978-3-384-35271-2

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Für die Inhalte ist der Autor/ verantwortlich. Jede Verwertung ist ohne seine Zustimmung unzulässig. Die Publikation und Verbreitung erfolgen im Auftrag des Autors, zu erreichen unter: tredition GmbH, Abteilung "Impressumservice", Halenreihe 40-44, 22359 Hamburg, Deutschland.

"Verkaufen ist keine Kunst des Überzeugens,
sondern des Verstehens. Je besser du verstehst,
desto weniger musst du überzeugen."

Cüneyt Kartal



www.kartal-courage-consulting.de

Inhaltsverzeichnis



Vorwort.....	1
Einleitung.....	3
Kapitel 1: Was ist Verkaufen wirklich?	5
Kapitel 2: Der perfekte erste Eindruck	11
Kapitel 3: Die Kunst der Kommunikation im Verkauf	20
Kapitel 4: Die Macht der Körpersprache im Vertrieb	31
Kapitel 5: Vertrauen aufbauen	41
Kapitel 6: Bedarfsanalyse und Kundenverständnis	47
Kapitel 7: Die perfekte Präsentation	56
Kapitel 8: Umgang mit Einwänden.....	63
Kapitel 9: Abschlusstechniken.....	70
Kapitel 10: Langfristige Kundenbeziehungen	79
Kapitel 11: Ethisches Verkaufen	88
Kapitel 12: Der Verkäufer als Marke	95
Kapitel 13: Social Selling und Personal Branding	104
Kapitel 14: Innovationen im Vertrieb	113
Kapitel 15: Verkaufen im digitalen Zeitalter	121
Kapitel 16: Omnichannel-Vertrieb	130
Kapitel 17: Verhandlungsstrategien	136
Kapitel 18: Zeitmanagement für Verkäufer	144

Kapitel 19: Cross-Selling und Up-Selling	152
Kapitel 20: Verkaufspsychologie	159
Kapitel 21: Gamification im Vertrieb	166
Kapitel 22: Impact Selling	175
Kapitel 23: Teamverkauf	183
Kapitel 24: Krisenmanagement im Verkauf	192
Kapitel 25: Der Einfluss von AI und Big Data – Der Schlüssel zum modernen Verkaufserfolg	198
Kapitel 26: Datengetriebenes Verkaufen und Sales Analytics	205
Kapitel 27: Customer Experience Management (CEM)	212
Kapitel 28: Verkaufen in verschiedenen Kulturen	220
Kapitel 29: Verkaufscontrolling	229
Kapitel 30: Storytelling im Verkauf	234
Kapitel 31: Erfolgreiche Verkaufsstrategien in der Praxis	241
Kapitel 32: Ethisches Verkaufen	249
Kapitel 33: Nachhaltigkeit im Vertrieb	257
Kapitel 34: Der Verkäufer als Coach	264
Kapitel 35: Erfolgreich Kaltakquise betreiben	271
Kapitel 36: Verkaufspsychologie: Manipulation oder Inspiration?	279
Kapitel 37: Der Weg zum Verkaufsmeister	286
Kapitel 38: Praktische Checklisten und Tools für den Vertriebserfolg	294
Kapitel 39: Zusammenfassung und Ausblick	303
Kapitel 40: Danksagung und weiterführende Ressourcen	309

Vorwort



Wenn ich an meinen ersten Verkauf zurückdenke, sehe ich mich noch deutlich vor meinem ersten potenziellen Kunden stehen. Meine Zunge fühlte sich an wie Blei, meine Hände waren klamm, und meine Gedanken rasten – ich war sicher, dass ich gleich alles verlieren würde. Kein Wort wollte über meine Lippen kommen, mein Herz schlug wie verrückt. Es war der Moment, in dem mir klar wurde: Verkaufen ist mehr als nur Worte. Es ist eine Kunst, ein Handwerk und – ja, auch ein bisschen Magie gehört dazu.

Damals hatte ich nichts von all dem. Ich scheiterte. Aber gerade dieses Scheitern war der Wendepunkt für mich. Es war nicht das Scheitern selbst, sondern die Erkenntnis, die daraus folgte: Verkaufen ist lernbar. Was mir damals fehlte, war ein Wegweiser – ein Leitfaden, der mich durch die Tücken des Verkaufsprozesses führt, Techniken vermittelt und das Selbstvertrauen stärkt, das ich so dringend brauchte.

Heute, nach unzähligen Verkaufsabschlüssen, weiß ich genau, was mir damals fehlte: Ein Buch wie dieses. Ein Leitfaden, der nicht nur die Techniken des Verkaufs vermittelt, sondern auch das nötige Selbstvertrauen aufbaut. Dieses Buch ist mein Versuch, genau das für Sie zu sein.

Verkaufen ist mehr als nur ein Beruf – es ist eine Leidenschaft. Es geht darum, Menschen zu verstehen, ihre Bedürfnisse zu erkennen und ihnen

die besten Lösungen zu bieten. Es gibt keinen einheitlichen Weg zum Erfolg, doch es gibt universelle Prinzipien und Techniken, die immer funktionieren. Diese möchte ich Ihnen in diesem Buch weitergeben.

In meiner Karriere habe ich gelernt, dass die Fähigkeit, zu verkaufen, nicht angeboren ist – sie ist erlernbar. Es sind die Prinzipien, die Techniken und die Einstellung, die den Unterschied machen. Und genau darum geht es in diesem Buch.

Dieses Buch richtet sich an alle, die sich im Verkauf weiterentwickeln wollen – egal, ob Sie gerade erst anfangen oder schon lange dabei sind. Es ist für diejenigen, die verstehen wollen, wie sie ihre Verkaufsfähigkeiten auf das nächste Level heben können, wie man Vertrauen aufbaut, Beziehungen pflegt und seine Kunden wirklich versteht.

Ich habe dieses Buch so geschrieben, dass es nicht nur ein weiteres Buch über Verkaufstechniken ist. Es ist ein praktischer Leitfaden, der Ihnen die Werkzeuge in die Hand gibt, die Sie brauchen, um in jeder Verkaufssituation zu glänzen. Egal, ob Sie am Anfang Ihrer Karriere stehen oder ein erfahrener Verkaufsprofi sind – dieses Buch wird Ihnen neue Perspektiven eröffnen und Ihnen helfen, Ihre Verkaufsfähigkeiten auf das nächste Level zu heben.

Denn Verkaufen ist mehr als nur ein Geschäft – es ist eine Kunst, eine Wissenschaft und manchmal auch ein bisschen Magie. Diese Magie liegt in der Verbindung von Menschen, in dem Moment, in dem Vertrauen aufgebaut wird und beide Seiten einen echten Mehrwert erfahren. Und ich freue mich darauf, Sie auf dieser Reise zu begleiten.

Cüneyt Kartal

Einleitung



Haben Sie sich jemals gefragt, warum manche Menschen scheinbar mühelos verkaufen, während andere kämpfen, um auch nur ein einziges Produkt an den Mann zu bringen? Ich habe mir diese Frage in meinen frühen Verkaufstagen oft gestellt. Damals erschien mir der Verkaufserfolg wie ein geheimnisvoller Code, den nur wenige auserwählte Personen knacken konnten.

Doch lassen Sie mich eines klarstellen: Erfolg im Verkauf ist kein Mysterium. Er ist das Ergebnis von Wissen, Strategie und einem tiefen Verständnis der menschlichen Psychologie. Verkaufen ist keine Manipulation, kein Überreden. Es ist die Kunst, Bedürfnisse zu erkennen und genau die Lösungen zu bieten, die Menschen weiterbringen. Es geht darum, eine Win-Win-Situation zu schaffen, bei der sowohl der Verkäufer als auch der Kunde zufrieden sind.

In den letzten Jahren habe ich viele Verkäufer beobachtet, von ihnen gelernt und mit ihnen zusammengearbeitet. Und eines ist mir klar geworden: Die erfolgreichsten Verkäufer sind nicht diejenigen, die die besten Produkte oder die niedrigsten Preise haben. Es sind diejenigen, die die Kunst beherrschen, Vertrauen aufzubauen, Beziehungen zu pflegen und ihre Kunden wirklich zu verstehen.

Verkaufen ist mehr als nur ein Geschäft – es ist eine Kunst, eine Wissenschaft und manchmal auch ein bisschen Magie. Diese Magie

zeigt sich in den Momenten, in denen ein Kunde merkt, dass Sie seine Bedürfnisse wirklich verstehen und ihm eine Lösung

anbieten können, die sein Leben verbessert. Es geht darum, Menschen zu helfen, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Und das erfordert mehr als nur Techniken – es erfordert Leidenschaft.

Warum dieses Buch? Weil ich fest davon überzeugt bin, dass jeder das Potenzial hat, ein großartiger Verkäufer zu werden. Verkaufen ist keine angeborene Fähigkeit – es ist eine erlernbare Kunst, die mit der richtigen Anleitung und den richtigen Werkzeugen von jedem gemeistert werden kann.

In den folgenden Kapiteln werden wir gemeinsam den geheimen Code des Verkaufserfolgs entschlüsseln. Sie werden lernen, wie Sie Ihre Verkaufsstrategie entwickeln, Ihre Kommunikation verbessern und Ihre Kundenbindung stärken können. Doch dieses Buch ist nicht nur eine Sammlung von Theorien und Methoden. Es ist ein praktischer Leitfaden, der Ihnen konkrete Werkzeuge an die Hand gibt, die Sie sofort in Ihrem Verkaufsalltag anwenden können.

Was erwartet Sie in diesem Buch? Wir werden uns intensiv mit den Grundlagen des Verkaufs beschäftigen, die Psychologie des Verkaufs analysieren und die besten Verkaufstechniken erkunden. Sie werden erfahren, wie Sie NLP (Neuro-Linguistisches Programmieren) im Verkauf einsetzen, wie Sie mit Fragetechniken mehr über die Bedürfnisse Ihrer Kunden erfahren und wie Sie durch geschickte Verhandlungstechniken den maximalen Nutzen für beide Seiten erzielen.

Dieses Buch ist Ihr Reiseführer auf dem Weg zum Verkaufserfolg. Es gibt Ihnen die Orientierung, die Sie brauchen, um erfolgreich zu sein, aber den Weg müssen Sie selbst gehen. Mit den richtigen Techniken, der richtigen Einstellung und einer echten Leidenschaft für das Verkaufen sind Sie bestens gerüstet, um auf dieser Reise erfolgreich zu sein.

Ich freue mich darauf, Sie auf dieser Reise zu begleiten. Lassen Sie uns gemeinsam den geheimen Code des Verkaufserfolgs entschlüsseln und Ihre Verkaufsfähigkeiten auf das nächste Level heben.

Cüneyt Kartal

Kapitel 1

Was ist Verkaufen wirklich?



1.1 Was ist Verkaufen wirklich?

Verkaufen ist die Kunst, Menschen zu helfen, die besten Entscheidungen für ihre Bedürfnisse zu treffen. Es geht weit über das bloße Anbieten von Produkten oder Dienstleistungen hinaus – es geht darum, eine Beziehung aufzubauen, Vertrauen zu schaffen und echten Mehrwert zu liefern. Denn am Ende des Tages möchten wir alle das Gefühl haben, die richtige Entscheidung getroffen zu haben. Und genau dabei kommt der Verkäufer ins Spiel: als Berater, als Partner, als Wegweiser.

Anekdote von Cüneyt: „Mein erstes Verkaufsgespräch war, gelinde gesagt, eine Katastrophe. Ich hatte mich so sehr darauf konzentriert, das Produkt loszuwerden, dass ich den Kunden völlig aus den Augen verlor. Ich redete ununterbrochen, aber nichts davon schien ihn zu überzeugen. Dann passierte etwas – ich hielt inne und begann, ihm zuzuhören. Es war, als würde ich plötzlich eine völlig neue Sprache lernen. Der Kunde erzählte mir von seinen Problemen, und ich konnte ihm genau das bieten, was er brauchte. Das war mein erster wirklicher Verkaufserfolg. Ich lernte: Verkaufen beginnt mit Zuhören.“

Zitat von Cüneyt: „Verkaufen bedeutet, die Sprache des Kunden zu sprechen – und das beginnt mit Zuhören.“

1.2 Die drei Säulen des Verkaufs

Verkaufen ist wie ein gut gebautes Haus. Es braucht ein stabiles Fundament, auf dem alles andere aufbaut. Die drei Säulen, auf denen jeder erfolgreiche Verkauf ruht, sind Vertrauen, Kommunikation und Mehrwert.

1.2.1 Vertrauen

Vertrauen ist die Grundlage jeder erfolgreichen Beziehung – ob persönlich oder geschäftlich. Es entsteht nicht über Nacht, sondern wird durch Authentizität, Verlässlichkeit und das Einhalten von Versprechen aufgebaut. Ein Kunde, der Ihnen vertraut, wird bereit sein, Risiken einzugehen und sich auf Ihre Empfehlungen zu verlassen.

Anekdote von Cüneyt: „Ich erinnere mich an einen Kunden, der skeptisch war, weil er zuvor schlechte Erfahrungen gemacht hatte. Anstatt ihn mit Verkaufsargumenten zu überschütten, nahm ich mir Zeit, seine Bedenken ernst zu nehmen und Lösungen vorzuschlagen, die seinen Bedürfnissen entsprachen. Es dauerte eine Weile, aber als das Vertrauen einmal da war, war er nicht nur ein Kunde, sondern ein Fürsprecher für unser Unternehmen.“

1.2.2 Kommunikation

Effektive Kommunikation geht weit über das bloße Übermitteln von Informationen hinaus. Es geht darum, den Kunden zu verstehen, seine Bedürfnisse zu erkennen und auf Augenhöhe mit ihm zu sprechen. Kommunikation im Verkauf bedeutet, Fragen zu stellen, aktiv zuzuhören und sicherzustellen, dass der Kunde sich verstanden und respektiert fühlt.

Techniken:

- **Offene Fragen:** Diese ermöglichen tiefere Einblicke in die Bedürfnisse des Kunden. Beispielsweise „Was ist Ihnen bei einem Produkt wie diesem am wichtigsten?“
- **Aktives Zuhören:** Zeigt dem Kunden, dass Sie seine Anliegen ernst nehmen. Wiederholen Sie in eigenen Worten, was der Kunde gesagt hat, um Missverständnisse zu vermeiden.

Anekdote von Cüneyt: „Ich war einmal bei einem Kunden, der sehr wortkarg war. Er antwortete nur mit kurzen Sätzen, und es schien, als würde das Gespräch ins Leere laufen. Anstatt ihm meine Lösung aufzudrängen, begann ich, gezielte Fragen zu stellen und wirklich zuzuhören. Ich bemerkte, dass er sich allmählich öffnete und begann, über seine Herausforderungen zu sprechen. Am Ende fanden wir gemeinsam die perfekte Lösung, und das nur, weil ich den Mut hatte, zuzuhören und nachzufragen.“

1.2.3 Mehrwert

Der wahre Wert eines Produkts liegt darin, wie es das Leben des Kunden verbessert. Verkaufen bedeutet, diesen Mehrwert klar und überzeugend zu vermitteln. Es ist wichtig, dem Kunden nicht nur die Vorteile des Produkts zu zeigen, sondern auch, wie es seine spezifischen Probleme löst oder ihm das Leben erleichtert.

Anekdote von Cüneyt: „Ein Kunde drängte auf einen Rabatt und bestand darauf, dass der Preis das Wichtigste sei. Doch anstatt sofort nachzugeben, nahm ich mir die Zeit, ihm zu zeigen, wie unser Produkt ihm langfristig Geld sparen und seine Effizienz steigern würde. Als er den wahren Wert erkannte, wurde der Preis plötzlich nebensächlich. Er war bereit, den vollen Preis zu zahlen, weil er verstand, dass der Mehrwert viel größer war.“

1.3 Der Verkauf als Prozess

Verkaufen ist kein einmaliges Ereignis, sondern ein Prozess, der von der ersten Vorbereitung bis zum After-Sales-Service reicht. Jeder Schritt ist wichtig, um den Kunden nicht nur zufriedenzustellen, sondern ihn auch langfristig an Ihr Unternehmen zu binden.

1.3.1 Vorbereitung

Eine gründliche Vorbereitung ist der erste Schritt zu einem erfolgreichen Verkaufsgespräch. Wissen über den Kunden, seine Branche und seine spezifischen Bedürfnisse ist der Schlüssel. Sie sollten nicht nur Ihr Produkt, sondern auch den Markt und die Wettbewerber kennen. Je besser Sie vorbereitet sind, desto leichter fällt es Ihnen, das Vertrauen des Kunden zu gewinnen und ihm den Mehrwert Ihres Angebots klar zu machen.

1.3.2 Die Kontaktaufnahme

Der erste Eindruck zählt. Schon beim ersten Kontakt müssen Sie professionell, freundlich und auf den Kunden fokussiert sein. Achten Sie auf Ihre Körpersprache, Ihren Tonfall und die Worte, die Sie wählen. Der Kunde sollte das Gefühl haben, dass Sie sich wirklich für ihn und seine Bedürfnisse interessieren.

1.3.3 Das Verkaufsgespräch

Das Verkaufsgespräch ist das Herzstück des Verkaufsprozesses. Hier gilt die 80/20-Regel: Lassen Sie den Kunden den Großteil des Gesprächs führen, während Sie gezielte Fragen stellen und aufmerksam zuhören. Durch aktives Zuhören und gezielte Fragen können Sie herausfinden, was der Kunde wirklich braucht, und ihm die besten Lösungen anbieten.

1.3.4 Abschluss

Der Abschluss ist der entscheidende Moment im Verkaufsprozess. Doch anstatt ihn mit Druck herbeizuführen, sollte er natürlich aus dem Gespräch heraus entstehen. Wenn der Kunde das Gefühl hat, die richtige Wahl getroffen zu haben, ist der Abschluss nur noch eine Formsache. Geben Sie dem Kunden die Sicherheit, dass er mit Ihnen die beste Entscheidung getroffen hat.

Zitat von Cüneyt: „Der Abschluss ist nicht das Ziel, sondern der Anfang einer Partnerschaft.“

1.3.5 After-Sales-Service

Ein erfolgreicher Verkauf endet nicht mit dem Abschluss. Der After-Sales-Service ist entscheidend für die langfristige Kundenbindung. Bleiben Sie auch nach dem Verkauf in Kontakt, bieten Sie Unterstützung an und sorgen Sie dafür, dass der Kunde mit seinem Kauf zufrieden ist. Ein guter After-Sales-Service kann aus einem zufriedenen Kunden einen loyalen Kunden machen, der immer wieder bei Ihnen kauft und Sie weiterempfiehlt.

Zusammenfassung

Das Fundament eines erfolgreichen Verkaufs besteht aus Vertrauen, effektiver Kommunikation und der Vermittlung von Mehrwert. Diese Grundlagen ziehen sich durch den gesamten Verkaufsprozess – von der Vorbereitung bis zum After-Sales-Service. Mit der richtigen Einstellung und den in diesem Kapitel behandelten Techniken sind Sie bereit, Ihre Verkaufsziele zu erreichen und langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen.



Kapitel 2

Der perfekte erste Eindruck



2.1 Der erste Eindruck: Mehr als nur ein flüchtiger Moment

Im Verkauf ist der erste Eindruck entscheidend – er legt den Grundstein für die gesamte Kundenbeziehung. Ob persönlich, telefonisch oder per E-Mail: Die ersten Sekunden bestimmen, wie der Kunde Sie wahrnimmt, und dieses Bild bleibt oft bestehen, lange nachdem das erste Gespräch vorbei ist.

Anekdote von Cüneyt: „Ich erinnere mich an ein Treffen mit einem wichtigen Geschäftspartner. Obwohl ich bestens vorbereitet war, spürte ich sofort, dass etwas nicht stimmte, als ich den Raum betrat. Mein Händedruck war schwach, mein Lächeln gezwungen – und die Körpersprache meines Gegenübers zeigte mir sofort, dass ich den ersten Eindruck vermasselt hatte. Diese Erfahrung lehrte mich, dass der erste Eindruck alles beeinflusst, was danach kommt.“

Zitat von Cüneyt: „Ein guter erster Eindruck ist wie ein Schlüssel, der öffnet Türen, die sonst verschlossen bleiben.“

2.2 Die Elemente eines perfekten ersten Eindrucks

Ein perfekter erster Eindruck basiert auf mehreren miteinander verknüpften Elementen. Diese Elemente bestimmen, wie Sie wahrgenommen werden, und beeinflussen den Verlauf des gesamten Verkaufsgesprächs.

2.2.1 Die Bedeutung der Körpersprache

Ihre Körpersprache spricht oft lauter als Worte. Sie signalisiert Selbstvertrauen, Interesse und Authentizität – oder eben das Gegenteil. Eine aufrechte Haltung, ein fester Händedruck und ein freundliches Lächeln signalisieren Offenheit und Kompetenz. Achten Sie darauf, wie Sie sich bewegen, wie Sie Augenkontakt halten und wie Ihre Mimik Ihre Worte unterstützt.

Beispiel: Ein Verkäufer, der während eines Meetings ständig auf seine Uhr schaut oder die Arme verschränkt, signalisiert dem Kunden Desinteresse oder Unsicherheit. Hingegen zeigt ein Verkäufer, der sich leicht nach vorne lehnt, den Kunden direkt ansieht und lächelt, dass er voll und ganz bei der Sache ist.

Übung: Stellen Sie sich vor den Spiegel und beobachten Sie Ihre Körpersprache, während Sie eine typische Begrüßung nachstellen. Achten Sie besonders auf Ihre Haltung, Ihren Gesichtsausdruck und Ihre Gesten. Üben Sie, bis Ihre Körpersprache selbstbewusst und einladend wirkt.

Verknüpfung: Dieses Thema wird in Kapitel 4, „Die Macht der Körpersprache im Vertrieb“, weiter vertieft, wo Sie lernen, wie Sie Ihre Körpersprache gezielt einsetzen, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu stärken.

Zitat von Cüneyt: „Deine Körpersprache ist der Vorbote deiner Worte – sie spricht, bevor du den Mund öffnest.“

2.2.2 Die Macht der Stimme

Neben der Körpersprache ist die Stimme ein entscheidender Faktor. Der Tonfall, die Lautstärke und das Sprechtempo können Ihre Worte entweder verstärken oder schwächen. Eine klare, ruhige und überzeugende Stimme vermittelt Sicherheit und Kontrolle.

Nervosität kann durch eine zittrige oder zu schnelle Sprache verraten werden. Üben Sie, in einem gleichmäßigen Tempo zu sprechen und Pausen zu nutzen, um Ihre Worte wirken zu lassen.

Anekdote von Cüneyt: „Es gab eine Zeit, da redete ich so schnell, dass ich meine eigenen Worte kaum verstand. Ich dachte, je schneller ich rede, desto überzeugender bin ich. Doch ein Kunde sagte einmal zu mir: ‚Cüneyt, du sprichst schneller als mein Gehirn mitkommt.‘ Das war der Moment, in dem ich lernte: Weniger ist manchmal mehr – und eine ruhige Stimme kann mehr bewirken als tausend Worte.“

Zitat von Cüneyt: „Deine Stimme ist das Instrument, das die Melodie deiner Botschaft trägt.“

2.2.3 Die Bedeutung des äußeren Erscheinungsbildes

Ihr äußeres Erscheinungsbild ist das Erste, was der Kunde wahrnimmt. Kleidung, Frisur, Pflegezustand – all das sendet sofort Botschaften über Ihre Professionalität und Seriosität. Achten Sie darauf, dass Ihr Erscheinungsbild dem Kontext und den Erwartungen Ihres Kunden entspricht. Es geht nicht darum, in Designer-Anzügen aufzutreten, sondern darum, ordentlich und passend gekleidet zu sein.

Fallstudie: Ein Finanzberater, der für einen prestigeträchtigen Job bei einer großen Investmentbank vorgesprochen hatte, war fachlich hervorragend vorbereitet. Seine Präsentation war beeindruckend, und er konnte alle Fragen fundiert beantworten. Doch er wählte einen legeren Business-Casual-Look, der nicht dem formellen Dresscode der Bank entsprach. Obwohl er inhaltlich überzeugte, erhielt er am Ende eine Absage – der Grund: Er passte nicht zum „Corporate Image“ des Unternehmens.

Zitat von Cüneyt: „Dein Äußeres ist die Verpackung deiner Expertise – und auch das schönste Geschenk wird nicht geöffnet, wenn die Verpackung abstoßend ist.“

Tipp: Recherchieren Sie im Vorfeld, welche Kleidung in der Branche Ihres Kunden üblich ist, und passen Sie sich entsprechend an. Dies zeigt Respekt und dass Sie die Kultur des Unternehmens verstehen.

2.3 Vorbereitung: Der Schlüssel zum Erfolg

Ein guter erster Eindruck beginnt nicht erst im Moment des Treffens, sondern schon lange vorher – in der Vorbereitung. Je besser Sie vorbereitet sind, desto selbstsicherer und überzeugender treten Sie auf. Vorbereitung bedeutet, den Kunden zu kennen, seine Bedürfnisse zu verstehen und eine klare Strategie für das Gespräch zu haben.

2.3.1 Recherche über den Kunden

Bevor Sie einem potenziellen Kunden gegenübertreten, sollten Sie so viel wie möglich über ihn wissen. Welche Herausforderungen hat das Unternehmen? Welche Lösungen könnte es benötigen? Wer sind die Entscheidungsträger? Je mehr Sie wissen, desto besser können Sie sich auf das Gespräch einstellen und relevante Argumente liefern.

Beispiel: Ein Softwareverkäufer, der vor einem Gespräch herausfindet, dass sein potenzieller Kunde kürzlich in ein neues ERP- System investiert hat, kann seine Präsentation entsprechend anpassen und zeigen, wie seine Lösung nahtlos in das bestehende System integriert werden kann.

Tipp: Nutzen Sie alle verfügbaren Quellen, um Informationen über den Kunden zu sammeln – Unternehmenswebsites, soziale Medien, Branchenberichte. Notieren Sie sich wichtige Punkte und überlegen Sie, wie Sie diese Informationen in das Gespräch einfließen lassen können.