
Inhaltsverzeichnis

1	Die richtigen Rahmenbedingungen für einen erfolgreichen Vertrieb in Ihrem Unternehmen	1
1.1	Vertriebsstrategische Schritte in der Personaldienstleistung	1
1.1.1	Strategie und Vertriebsausrichtung definieren	2
1.1.2	Kunden- und Mitarbeiterstruktur festlegen	3
1.1.3	Ihre Marke und deren Außenwirkung	4
1.2	Effektive Vertriebsstrukturen und Organisationsformen in der Zeitarbeit	5
1.3	Qualitätssicherung der vertrieblichen Aktionen	5
2	Die Vertriebsgrundlagen – der Schlüssel zum Erfolg	11
2.1	Was zeichnet ein Vertriebstalent aus?	12
2.2	Vertriebsvorbereitung	14
2.2.1	Der richtige Zeitpunkt für die Akquise	14
2.2.2	Voraussetzungen für einen erfolgreichen Vertriebstag	15
2.3	Kaufmotive	18
2.3.1	Warum kaufen Kunden?	18
2.3.2	Was sind Kaufmotive?	19
2.4	Das Telefonieren: Strategische Tipps	24
2.4.1	Recherchegespräche	25
2.4.2	Das Akquisegespräch	28
2.5	Kontaktkettendenken	35
2.6	Fragen als Mittel zur Informationsgewinnung und Verhandlungsführung	40
2.6.1	Offene Fragen	42

2.6.2	Geschlossene Fragen	44
2.6.3	Alternativfragen	45
2.7	Klassische Einwände in der Personaldienstleistung	47
2.8	Kaufsignale rechtzeitig erkennen und kompetent reagieren	50
2.9	Aktives Zuhören und Reagieren	53
2.9.1	Fähigkeiten eines guten Zuhörers.	53
2.9.2	Grenzen erkennen und richtiges Schweigen	54
2.10	Die richtige Argumentation.	55
2.10.1	Merkmale	56
2.10.2	Merkmal – Vorteil – Nutzen	57
2.11	Abschlussvereinbarungen	62
2.11.1	Rückversicherung	63
2.11.2	Professionelle und faire Abschlussvereinbarungen	63
2.12	Vertriebsnachbereitung	65
	Literatur	68
3	Verdoppelung der Umsätze zum Nulltarif	69
3.1	Optimierte Auftragsannahme in der Zeitarbeit	70
3.1.1	Wer sind die richtigen Ansprechpartner?	71
3.1.2	Was außer dem Stellenprofil ist noch wichtig?	74
3.1.3	Effizienzsteigerung durch optimiertes Anfrage- bzw. Auftragsverhalten	77
3.2	Kurze Reaktionszeiten durch ein professionelles Bewerbermanagement	78
3.2.1	Professionelle Angebotsgestaltung und marketingwirksame Mitarbeiterprofile	80
3.2.2	Kunden- und vertriebsorientierte Angebotsgestaltung	81
3.2.3	Marketingwirksame Kandidatenempfehlung	81
3.3	Professionelles Nachfassen von Angeboten und Unterlagen	86
4	Preisverhandlung	93
4.1	Gründe für Preiseinwände	97
4.2	Preisverhandlungen vorbeugen	98
4.3	Preise selbstbewusst verhandeln	101
	Literatur	105
5	Neue Wege in der Akquisition für Personaldienstleister – seriös und kompetent	107
5.1	Touch Point Selling mit dem „6-in-8-Konzept“	108
5.1.1	Grundgedanken zur Neukundenstrategie	109

5.1.2	Die Idee „6 in 8“	113
5.1.3	Referenzen am Telefon einholen	116
5.1.4	Auf Stellenanzeigen antworten	118
5.1.5	Kaltbesuche und Besuche mit telefonischer Vorankündigung	120
5.1.6	Arbeitsplatzbesichtigungen	122
5.1.7	Nachfassbriefe/-E-Mails.	122
5.1.8	Umsetzung in die Praxis.	125
5.2	Aktive Platzierung von Bewerbern und Mitarbeitern	129
5.2.1	Der Quick-Check	131
5.2.2	Telefonskript für die aktive Platzierung „live“	134
5.2.3	Ziele und positive Effekte der aktiven Platzierung.	136
5.3	Bewerbermanagement.	136
5.3.1	Profil versus Kandidatenempfehlung	137
5.3.2	Bewerberkartei versus EDV-Erfassung	138
5.3.3	Bewerbungsunterlagen	140
5.3.4	Das Bewerbungsgespräch und die Kommunikation.	141
5.3.5	Stornierte Aufträge als Vertriebschance	146
5.3.6	Anregungen in diesem Zusammenhang	147
	Literatur	153
6	Effektive Präsentations- und AkquiseTechniken bei Neukunden	155
6.1	Präsentationsplanung und der persönliche Vortragsstil.	155
6.2	Aktives Empfehlungsmarketing	158
6.3	Empfehlungsmarketing verstärkt durch Social Media	160
6.4	Weitere Akquisetipps aus der Praxis.	161
7	Der Wandel in der Zeitarbeit	163
7.1	Die richtige Kommunikation.	164
7.2	Zukünftige AÜG-Reformen: Gute Vorbereitung ist Pflicht.	166
7.3	Recruiter versus Vertriebler.	167
7.4	Einige rechtliche Hinweise zum Schluss: ein Kommentar von Dr. Adrian Hurst.	170
7.5	Die Kunst, ein guter Verkäufer im Personalwesen zu sein	178
	Literatur	180