

Erfolgreiche Lead Generation durch Verlagskooperationen – Teil 3

Vom Gesprächstermin zum Geschäftsabschluss

1. Die Gesprächsvorbereitung

- a. Ziele definieren: Da jedes Verkaufsgespräch unterschiedlich ist, ist es ratsam, sich im Vorfeld ein Gesprächsziel zu setzen (z.B. Abschluss/Auftrag).
- b. Strategie festlegen: Überlegen Sie sich, mit welchen Argumenten Sie den Kunden überzeugen möchten. Beziehen Sie dabei unbedingt dessen spezifische Belange und eventuelle Einwände mit ein.
- c. Präsentations- und Infomaterial zusammenstellen: Professionell aufbereitetes Material unterstreicht Ihre Expertise und garantiert eine nachhaltige Informationsvermittlung.
- d. Outfit anpassen: Stellen Sie sich darauf ein, wo und mit wem das Gespräch stattfinden wird, und passen Sie Ihre Kleidung entsprechend an. In jedem Fall gilt: Lieber overdressed als underdressed!
- e. Stress vermeiden: Beispielsweise wird oft zu wenig Zeit für die Anfahrt eingeplant. Unpünktlichkeit führt zu einem negativen ersten Eindruck und setzt Sie unnötig unter Stress.
- f. Nervosität mindern: Zusätzlich zu einer profunden Vorbereitung geben beispielsweise Atem- und Konzentrationsübungen kurz vor dem Termin die nötige Ruhe.

2. Sicheres und freundliches Auftreten

- a. Einen guten Eindruck vermitteln: Achten Sie auf Ihre Körperhaltung, Mimik, Gestik, Stimme, Blickkontakt etc. Sie geben viel von Ihrer Stimmung preis, was sich auf Ihr Gegenüber auswirkt. Versuchen Sie daher, diese Mittel kontrolliert und gezielt einzusetzen.
- b. Die Atmosphäre lockern: Mit einem unverfänglichen und lockeren Einstieg, beispielsweise über tagesaktuelle Themen, wird das Eis gebrochen und der Gesprächsauftritt erleichtert.
- c. Kurz und bündig: Ein Vortrag sollte möglichst kurz und prägnant gehalten werden. Reden Sie nicht um den „heißen Brei“ herum. Nennen Sie die Dinge lieber beim Namen. Damit signalisieren Sie, dass Sie die Zeit des potenziellen Kunden als kostbar einschätzen.
- d. Agieren Sie auf Augenhöhe: Finden Sie eine gemeinsame sprachliche Ebene, auf der sie kommunizieren. Orientieren Sie sich dabei an Ihrem Gegenüber, zum Beispiel bei der Verwendung von Fachbegriffen etc.
- e. Zuhören: Gehen Sie auf die Belange des Gesprächspartners ein. Schaffen Sie einen Dialog mit ausgeglichenen Gesprächsanteilen. So sind Sie in der Lage, seinen Bedarf zu erkennen und neue Argumente zu finden.
- f. Bildhafte Sprache: Verwenden Sie eine lebendige bildhafte Sprache. Denn Bilder können vom Gehirn besser verarbeitet werden.
- g. Sprachliche Unsicherheiten vermeiden: Superlative, Passivkonstruktionen, vage Formulierungen, nicht belegbare Behauptungen und Substantivierungen schwächen Ihren Vortrag und lassen Sie unsicher oder unglaubwürdig erscheinen.
- h. Zeit für Zwischenfragen: Planen Sie Zeit für Zwischenfragen ein und beantworten Sie diese sofort. So entkräften Sie mögliche Einwände!

3. Abschluss und After-Sales-Maßnahmen

- a. Fazit ziehen: Am Ende des Gesprächs sollte die Gelegenheit genutzt werden, nochmals kurz die Ergebnisse zu resümieren.
- b. Nächste Schritte einleiten: Schlagen Sie dem Kunden aktiv die weitere Vorgehensweise vor.
- c. Möglichkeiten aufzeigen: Es empfiehlt sich, verschiedene Optionen für die weitere Vorgehensweise aufzuzeigen (Probekauf, Testphase, neuer Termin ...).
- d. After Sales-Management: Leiten Sie im Anschluss an einen Geschäftsabschluss umgehend After-Sales-Maßnahmen ein, um die Basis für die Kundenbindung zu legen.