



Kunden glücklich machen!

Ein Trainingsangebot der TGM automotive group GmbH
für erfolgreiches Verkaufen

Viele Kunden stellen nach dem Kauf eines Produktes fest, dass dieser Artikel doch nicht die gewünschten Eigenschaften besitzt, die sie sich vor dem Kauf gewünscht haben: Es ist zu schwer, zu kompliziert, zu leistungsschwach, oder, oder, oder. Dies führt dazu, dass Kunden mit dem gekauften Produkt unzufrieden sind. Im günstigsten Fall können sie den Artikel umtauschen, bei vielen Produkten geht das nicht – denken Sie nur an den Autokauf!

Das liegt häufig daran, dass mancher Verkäufer den Kunden „etwas andrehen“. Damit ist zwar das Lager ausverkauft, auch der Ladenhüter endlich weg, und der Verkaufsprozess hat nicht viel Zeit in Anspruch genommen – aber ist der Kunde damit wirklich zufrieden, wird er damit wirklich glücklich? Wird er bei diesem Verkäufer noch einmal etwas kaufen?



**Jeder Kunde ist anders.
Jeder Kunde darf so sein, wie er ist!**

Ob Ihr Kunde mit dem Kauf zufrieden ist, hängt entscheidend davon ab, ob Sie seine Erwartungen erfüllt haben!

Seine Erwartungen an ein Produkt oder an eine Dienstleistung basieren auf seinen Motiven und Bedürfnissen. Diese wiederum lassen sich von seiner Biostruktur (Persönlichkeitsstruktur) ableiten, die ein guter Verkäufer kennen sollte!

Sie verkaufen also kein Produkt, sondern den Nutzen, den dieses Produkt Ihrem Kunden bietet: Sie verkaufen also kein Auto, sondern z.B.

die schnelle Möglichkeit, von A nach B zu kommen. Sie verkaufen kein Automatikgetriebe, sondern die bequeme Art des Fahrens. Wenn Sie nun genau die Vorteile Ihres Produkts, die auch für Ihren Kunden einen Vorteil darstellen, in das Verkaufsgespräch einbringen, werden Sie das Produkt problemlos verkaufen und Ihr Kunde sich in seinen Zielen und Wünschen wiederfinden. Als erfolgreicher Verkäufer verwenden Sie daher immer nur die spezifischen Argumente, die mit der Biostruktur Ihres Kunden übereinstimmen.

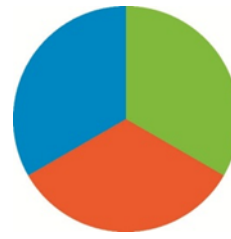
Es gibt daher drei Ursachen für den Verkaufserfolg:

- 1. Die Stimmigkeit von Persönlichkeit und Verkaufsmethode**
Die Voraussetzung dafür ist die Selbstkenntnis.
- 2. Das authentische Eingehen auf die Eigenart des Kunden**
Die Voraussetzung dafür ist die Menschenkenntnis, die Sie auf der Grundlage der Selbstkenntnis erwerben.
- 3. Eine spezifische Produktkenntnis**
Voraussetzung dafür ist eine Produktkenntnis, die sich nicht nur auf Produkteigenschaften beschränkt, sondern das Produkt mit den individuellen Motiven und Bedürfnissen des Kunden in Beziehung setzt.

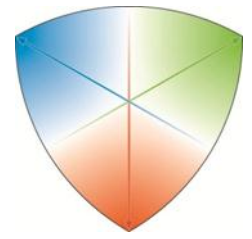


Daraus ergeben sich drei Anforderungen:

- Selbstkenntnis: meine persönliches Biostruktur, dargestellt im STRUCTOGRAM®
- Menschenkenntnis: die Biostruktur meines Kunden, dargestellt im TRIOGRAM®
- Spezifische Produktkenntnis: der Schlüssel zum Kunden



STRUCTOGRAM®



TRIOGRAM®

Die Grundlage hierfür bietet die Biostruktur-Analyse in Verbindung mit dem STRUCTOGRAM®-Trainings-System

Damit Ihre Kunden auch dauerhaft mit dem erworbenen Produkt zufrieden sind – und dies idealerweise vielen Freunden und Bekannten weitererzählen – benötigen Sie Verkäufer, die sowohl ihre eigene, als auch die Biostruktur ihres Kunden kennen und dies als „Schlüssel zum Kunden“ zusammenführen. Damit verkaufen sie ihrem Kunden genau das Produkt, welches zu ihm „passt“ und seine Erwartungen exakt erfüllt!

In Zeiten von austauschbaren Produkten und einer völligen Preistransparenz für Endverbraucher durch das Internet ist das Vertrauen des Kunden zu seinem Verkäufer das Zünglein an der Waage!

Schematische Darstellung des Verkaufsprozesses:



Lehrmittel

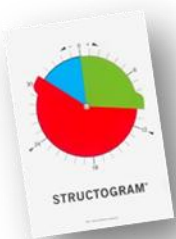
mit Structogramscheibe und TrioMap:

- Teil 1: Selbstkenntnis
- Teil 2: Menschenkenntnis
- Teil 3: Schlüssel zum Kunden

Ihr Nutzen:

- Ihre Mitarbeiter erkennen ihre Stärken!
- Ihre Mitarbeiter erkennen die Eigenarten ihrer Kunden!
- Ihre Mitarbeiter / Verkäufer erkennen, dass jeder Kunde andere Kaufmotive hat und kann in der Wahl der Argumente genau diese auswählen, die für den jeweiligen Kunden einen Vorteil darstellen.
- Ihre Kunden erwerben eine Problemlösung (Nutzen).
- Die Abschlussquote Ihrer Verkäufer steigt deutlich, weil Ihre Kunden sich in ihren Zielen wiederfinden.
- Dadurch steigt die Zufriedenheit mit dem gekauften Produkt erheblich.
- Die Kundenbindung an Ihr Haus wird optimiert.
- Ihr Marketing wird deutlich effizienter, weil Sie die Biostruktur Ihrer Kunden mit der Biostruktur Ihrer Produkte in Einklang bringen.
- Die Trainingsstruktur kann Ihren Wünschen entsprechend individuell angepasst werden.

Beachten Sie bitte:



Die Biostruktur-Analyse ist kein psychologischer Test, sondern eine wertfreie Analyse individueller, genetisch veranlagter Grundmuster der Persönlichkeit. Sie dient nicht der Auswahl von Bewerbern für eine Planstelle in Ihrem Unternehmen!

Trainingsstruktur

Modul 1

2 Tage

Schlüssel zur Selbstkenntnis

- Die Biostruktur des Verkäufers – Mein STRUCTOGRAM®
- Produktanalyse
- Emotionalisierung des Produkts
- Der Prozess: Ihr Kunde ist glücklich!

Modul 2

1 Tag

Schlüssel zur Menschenkenntnis

- Die Biostruktur des Kunden – Das TRIOGRAM®

Modul 3

2 Tage

Schlüssel zum Kunden

- Die Biostruktur eines Produkts
- Das gleiche Produkt an unterschiedliche Kunden auf unterschiedliche Weise verkaufen
- Grundmuster der Kaufentscheidung

Modul 4

1 Tag

Schlüssel zum Erfolg

- Follow-Up
- Praktische Übungen

Sprechen Sie mit uns! Wir hören Ihnen gerne zu und erstellen Ihnen ein individuelles Angebot!

TGM automotive group GmbH

Stahlstraße 51

D-65428 Rüsselsheim

Fon: +49 6142 87 19-0

Fax: +49 6142 87 19-29

Mail: kontakt@tgm.de

URL: www.tgm.de

