

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen unseres vorweihnachtlichen Newsletters und vor allem wünschen wir Ihnen ein friedliches und besinnliches Weihnachtsfest sowie einen genussvollen Rutsch ins Jahr 2009.
Mögen Ihre Wünsche in Erfüllung gehen.

Ihr Klaus Kissel und Uwe Reusche
Geschäftsführer ifsm



Unsere Themen in dieser Ausgabe:

- Andere Wege in stürmischen Zeiten
- Strategische Neukundengewinnung
- Sales-Coachausbildung - Start im Februar 2009
- Kaufsignale - oder woran erkenne ich, dass der Kunde mir folgt
- Die Landkarte

Andere Wege in stürmischen Zeiten – oder wie man in das Zentrum des Taifuns taucht – von Sabine Peter | Trainerin ifsm | Creative-Leadership

Während draußen die Herbststürme über das Land fegen und das Laub von den Bäumen tanzen lassen, rütteln zugleich auf den Finanzmärkten kräftige Erschütterungen an den für verlässlich gehaltenen vielschichtigen Beziehungen. In großer Geschwindigkeit stürmen die Ereignisse daher und bringen oft den skeptischen Blick für düstere Zukunftsprognosen zum Einsatz. Wie aber kann es Führungskräften gelingen, aus dem Zentrum des Taifuns, aus jenem ganz stillen Kern heraus besonnen und mit Vertrauen zu handeln, zu gestalten – und wie gelangt man in dieses innere Zentrum?

Der 19jährige Galileo Galilei besucht die Messe im Dom zu Pisa. Während er den Klängen der geistlichen Gesänge lauscht, fällt sein Blick auf einen sich leicht bewegenden Kronleuchter. Was unzählige Menschen vor ihm auch schon gesehen

haben ohne es zu beachten, etwas ganz Alltägliches also, gerät ihm zu einem Moment absoluter Aufmerksamkeit. Er beginnt sich zu fragen, wie diese Bewegung wohl zustande kommt. Er bemerkt, dass die Schwingungsauslässe mit der Zeit geringer werden, während die Zeit, gemessen an seinem Herzschlag, die gleiche bleibt. Auf diese Weise entdeckt er, dass man mit einem schwingenden Pendel die Zeit messen kann.

Das war die Geburtsstunde der modernen Dynamik.

Wie oft ergeht es uns so, wir sehen Ampeln auf Grün springen, Züge fahren, Kinder spielen, ein Blatt vom Baum fallen und schenken dem keine Beachtung. Wie viele ungenutzte Ressourcen, um Neues zu entwickeln, wie viele unentdeckte Produkte und Dienstleistungen sind in so greifbarer

Nähe, es bedarf nur unserer Aufmerksamkeit! Galilei hat sich nicht von der Gewohnheit der Anschauung einschläfern lassen, es braucht die Bereitschaft und Neugier, Bekanntes mit neuem Staunen zu sehen. Wie kann das gelingen?

Auf dem Weg in die Gegenwart

Kontakt und die Erweiterung der eigenen Möglichkeiten in „Beziehung - zu - sein“ – zu sich und zu anderen – bilden ein erstes Feld. Die Erfahrungen der Vergangenheit, die Angst oder die Sorge vor der Zukunft sind kein guter Ratgeber für die Gestaltung des aktuell Notwendigen. Mit der sehr einfach anmutenden, aber grundlegenden Frage „Was ist jetzt?“ geht es immer wieder darum, das Bewusstsein für die gegenwärtige Situation zu öffnen.



Mit allen Sinnen und darüber hinaus

Die Wahrnehmungsschulung auf allen Ebenen – denn es handelt sich hier um ein sehr bewusstes Üben – nimmt eine zentrale Position ein, um im gegenwärtigen Moment kreativ handeln zu können. Üben heißt auch, die eigene Körper- und Gefühlswahrnehmung ernst zu nehmen und diese Ebenen mit den geistigen Potentialen in Kontakt zu bringen und die Intuition zu schulen. Also eben nicht die schon einmal gemachten Erfahrungen zu konservieren, die je schon gefällten dazu gehörigen Urteile zu wiederholen, sondern im Augenblick zu sein. Letztlich geht es beim Tauchen in das Zentrum des Taifuns um nichts anderes als einen Übungsweg zur Erfahrung unseres Wesenskerns und um die tiefe Bewusstheit

um unser Eingebundensein in ein größeres Ganzes. Aus diesem inneren Ort des Bewusstseins sind soziale, wirtschaftliche und spirituelle Dimensionen in ihrer dichten Vernetztheit erfahrbar.

Der weiche Blick

Mit einem starr nach vor fixierten Blick ist die Fülle der Welt und der menschlichen wie ökonomischen Beziehungen nicht zu verstehen. Erst die Bereitschaft, in sich ein Komplexitätsbewusstsein auszubilden, ermöglicht neue Wege. Während unser normales Bewusstsein sich durch lineares Denken auszeichnet, erweitert sich beim geschulten Komplexitätsbewusstsein die Wahrnehmung und erfasst unterschiedliche Begebenheiten, Verhältnisse, Gefühle, Beziehungen und Dynamiken in einer vielschichtigen Gleichzeitigkeit.

In diesem Zusammenhang kommt der Kreativität eine besondere Bedeutung zu, sie ist letztlich die Quelle, aus der wir die Kraft schöpfen, unser Leben, unsere Beziehungen und die Welt zu gestalten. Die Bereitschaft, sich auf die eigenen schöpferischen Potenziale zu besinnen, ihnen Raum im alltäglichen Leben zu geben, ist hier gefragt. Das kann zunächst einmal heißen: ich mache es absichtlich anders als gewohnt: die Tür mit der anderen Hand öffnen, etwas über Kopf betrachten, einen anderen Weg zur Arbeit nehmen oder vor der Kritik jemandem Dankbarkeit für Erfahrenes auszusprechen oder die aktuellen Ereignisse bewusst in einem anderen Licht anzuschauen. Wie viel sich dadurch neu gestalten und erfinden lässt, werden Sie merken. Jetzt ist Gelegenheit dazu!

Sabine Peter - Trainerin ifsm - Creative-Leadership – Infos unter 0049 - 26196 23 - 641

.....

Strategische Neukundengewinnung

Kennen Sie den Song: „Neue Männer braucht das Land“ von Ina Deter?
 Im Business würde es heißen: Neue Kunden braucht unser Unternehmen!

Sicherlich haben Sie immer wieder gelesen, dass die Gewinnung eines Neukunden wesentlich mehr Geld kostet, als eine Ertragssteigerung bei Bestandskunden. Durch eine Erhöhung der Cross Selling Rate bindet man den Bestandskunden sogar noch fester an das Unternehmen. Betriebswirtschaftlich mag das in dem einen oder anderen Fall sogar stimmen, strategisch könnte dies eher gefährlich werden. Ihre Konkurrenz schläft nicht, und es gibt keine Garantie, dass Kunden Ihnen immer Treu bleiben. So manche sind schon unsanft erwacht. Außerdem wenn Sie Ihre Marktposition halten oder gar ausbauen wollen, werden Sie an einer Vergrößerung Ihres Kundenportfolios nicht vorbeikommen.

Neue Kunden zu gewinnen ist sicherlich eine Aufgabe, die bei Mitarbeitern und Führungskräfte viele Fragen aufwirft:

- Was sind unsere Zielkunden?
 - Wie und auf welchem Weg kommen wir zu einer erfolgreichen Kontaktaufnahme? Brief, Telefon - oder gar gleich persönlich?
 - Wie komme ich zu den relevanten Entscheidern?
 - Wie motiviere ich mein Sales Team und wie bereite ich es auf die Aufgabe vor?
 - Wie begegne ich den Kundenaussagen „kein Interesse“, „kein Bedarf“, „bin schon bei Firma X gut betreut“.
 Welchen Aufhänger verwende ich?
 - Wie controlle ich als Führungskraft den Prozess?
-

Wir begleiten Sie und Ihre Unternehmen bei der Planung und Umsetzung Ihres strategischen Neukundengewinnungskonzeptes (weiter auf der nächsten Seite)

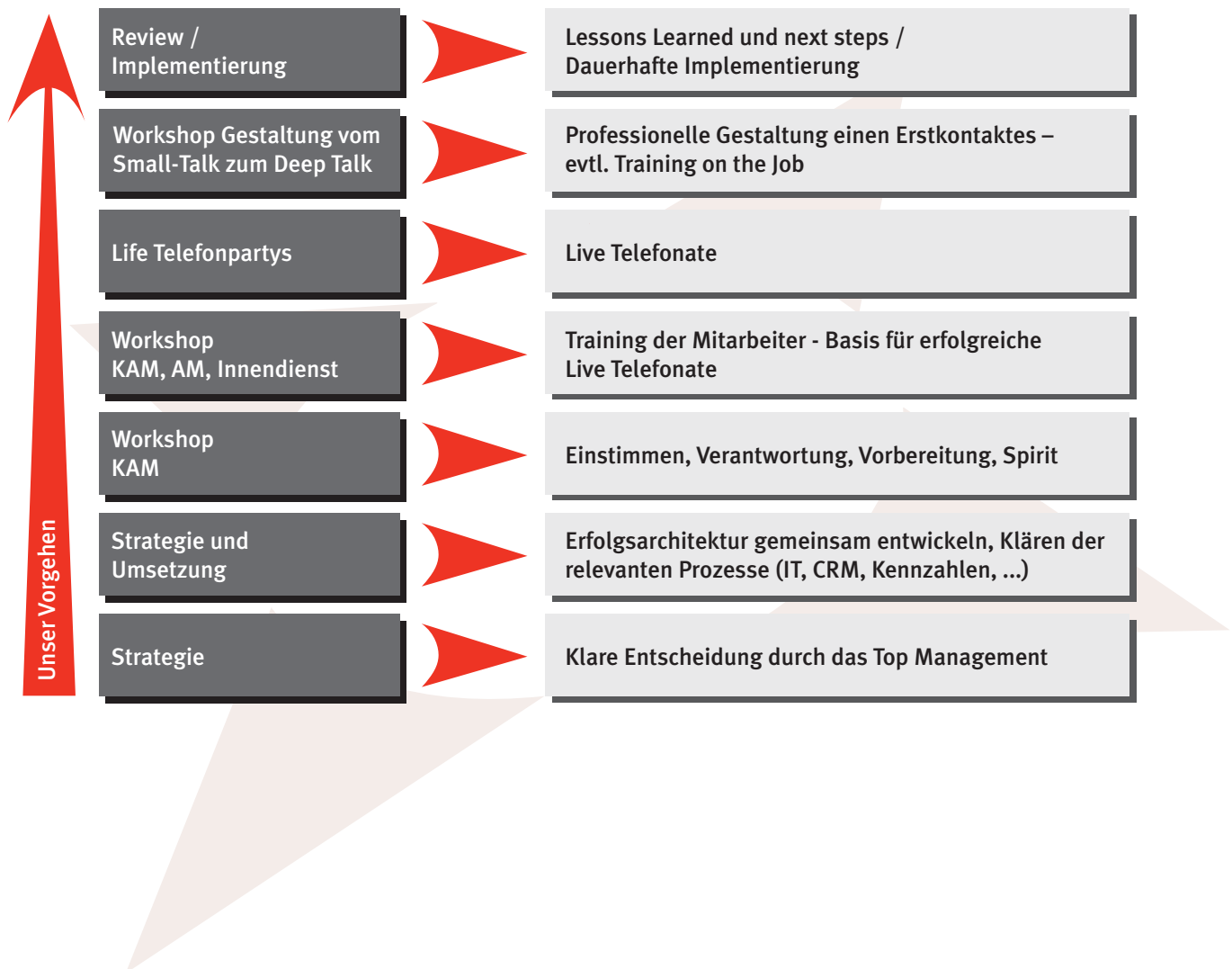


Unser Vorgehen für Ihren Erfolg:

- Stärken / Schwächen / Chancen / Risiken analysieren des bisherigen Vorgehens
- Entwickeln eines vernetzten Vorgehens (Erfolgsarchitektur gemeinsam entwickeln)
- Kennzahlenorientierung: Entwickeln eines effektiven Vertriebscontrolling
- Kundenquantifizierung und -qualifizierung: Identifizieren Ihrer Zielkunden
- Training der Mitarbeiter inkl. Live Telefonaten
- Training der Kundengespräche für den Erstkontakt
- Training on the Job Maßnahme
- Boxenstopps: Erfolgsfaktoren benennen und Stolpersteine bearbeiten / Erfolge feiern
- Gemeinsame Review und nächste Schritte

Interessiert? Dann rufen Sie an unter **0261 - 962 36 41** und sprechen Sie unverbindlich mit Uwe Reusche oder Klaus Kissel.

Unsere Vorgehensarchitektur:



**Sales-Coach -ifsm-zertifizierte, systemische Sales-Coachausbildung
 Start im Februar 2009**

Ihre Weiterqualifizierung zum systemischen Sales-Coach in fünf Seminarbausteinen - 20 Seminartage.



Modul 1:	"Der Coach als Persönlichkeit" 18. bis 21.02.2009 in Koblenz/Urbar
Modul 2:	"Der Sales-Coach als Begleiter" 5. bis 28.03.2009 in Koblenz/Urbar
Modul 3:	"Der Sales-Coach als Trainer on the Job" 13. bis 16.05.2009 in Koblenz/Urbar
Modul 4:	"Der Sales-Coach als Teambegleiter" 24. bis 27.06.2009 in Koblenz/Urbar
Modul 5:	"Handeln im Gesamtprozess" 07. bis 10.10.2009 in Koblenz/Urbar

Termin Schnuppernachmittag:
 18. Dezember 2008 | Uhrzeit: 14 - 18 Uhr
 Klostergut Besselich | Urbar bei Koblenz

Anmeldung, Infos und Termine unter
Tel. 0261 / 9 62 36 41 oder:
www.ifsm-online.de/salescoach.htm

Ziele der Ausbildung:

Sie lernen individuelle Lösungen für individuelle Vertriebsprobleme zu entwickeln. Sie erarbeiten sich einen Coachingstil, der Hilfe zur Selbsthilfe gibt, sei es im Umgang mit Kunden, mit einer schwierigen Auftragsituation, einer effektive Neukundenakquisition oder mit der Entwicklung eines High-Performance-Sales Teams. Fokus der Arbeit ist das Finden eigener Lösungen, damit Sie das nötige Rüstzeug in der Hand haben, das Sie brauchen, um schlagkräftige produktive Vertriebseinheiten aufzubauen, in denen das Arbeiten aller Mitarbeiter Spaß macht.

Zielgruppe:

Key Player im Vertrieb, also Führungskräfte, Filialleiter/-innen, qualifizierte Innen- und Außendienstmitarbeiter, Controller, Personalentwickler, Trainer und Handelsvertreter.

Nähere Informationen und eine Online-Anmeldung finden Sie unter: www.ifsm-online.com

Kaufsignale - oder woran erkenne ich, dass der Kunde mir folgt

In Verkaufstraining stellt sich irgendwann immer die Frage, woran ein Verkäufer erkennen kann, ob der Kunde „kaufwillig“ ist. Oft wird hier nur die Antwort gegeben:

„Wenn der Kunden Fragen stellt, die sich mit der Benutzung des Kaufgegenstandes nach dem Kauf beschäftigen.“

Sicherlich ein sehr richtige Antwort, für uns allerdings nicht vollständig genug.

Sofern Sie Verkäufer sind, verlassen Sie für einen Moment Ihre Rolle und schlüpfen Sie in die Rolle Ihres Kunden, eine Rolle die wir alle tagtäglich leben. Vielleicht haben Sie

solche Situationen in einem Kundengespräch schon einmal erlebt:

Der Verkäufer kommt aktiv auf Sie zu und legt voller Begeisterung gleich los. Er (oder sie) hat gelernt, eine warming up Phase zu gestalten und dann den Bedarf zu erheben. Sie erkennen gleich die Professionalität im Vorgehen, was auf eine gute Ausbildung schließen lässt.

Auch die Fachexpertise ist hoch, viel Details werden genannt, der Verkäufer hat sich mit seinem Produkt beschäftigt.

Aber irgendwie werden Sie mit der Person nicht vertraut, irgendetwas ist nicht rund

für Sie. Vielleicht zu professionell, vielleicht zu schnell? Vielleicht zu viele Details des Fachwissens?

- Wie geht es Ihnen in diesen Momenten?
- Wo ist Ihr Fokus?
- Wie viel bekommen Sie von dem Produkt und Ihrem Nutzen mit?
- Wie bereitwillig geben Sie über sich Informationen?

Wir vermuten, Ihnen geht es wie vielen Kunden, die sich in dem Moment mehr mit dem Störfaktor beschäftigen und



wenig Bereitschaft zeigen zu folgen - und nicht jeder Kunde kann und will das sehr klar äußern.

Es gibt viele Gründe, warum Sie als Kunden in einem Gespräch plötzlich nicht mehr folgen, z.B.

- Die Präsentation war Ihnen zu schnell
- Sie haben Ihren Nutzen noch nicht erkannt - sind irritiert
- Die Verkäufer hatten eine hohe Fachexpertise, der Sie nur schwer folgen konnten.
- Es kommt Ihnen zu sehr das antrainierte Verkaufen durch, sie sind auf der Hut, nicht manipuliert zu werden
- Sie fühlten sich durch einen Monolog nicht eingebunden und waren dadurch innerlich mit anderen Themen beschäftigt
- usw.

Für uns sind Kaufsignale im weiteren Sinn alle Signale, die der Kunde uns sendet, dass er noch folgt. Signale der Aufmerksamkeit, Zugewandtheit, Sympathie, Aufgeschlossenheit - und das schon ab dem ersten Moment des Kontaktes, persönlich oder am Telefon.

In vielen Gesprächen, bei denen wir Salesmanager beim Kunden begleitet haben, waren die Verkäufer mehr mit sich,

Ihrem Vorgehen, Ihrem Produkt und dem Ziel, dem Abschluss beschäftigt als mit dem Moment des Kundenkontaktes, dem Hier und Jetzt.

Wir möchten Sie ermutigen, Ihre Wahrnehmung somit nicht rein auf die Kaufsignale zu lenken, sondern von dem ersten Moment des Kontaktes auf Ihre Aktion und die Reaktion Ihres Kunden. Genau hinschauen und hinzuhören wird somit einer der wichtigsten Faktoren auf dem Weg zum Erfolg. Stellen Sie sich immer wieder Fragen folgende Fragen:

- Wie ist die Wellenlänge zwischen mir und dem Kunden?
- Woran erkenne ich, ob der Kunde mir noch folgt? Welche Signale sendet er mir (Stirnrunzeln, Signale der Abgewandtheit ...)
- Wie passen seine Fragen zum momentanen Thema?
- Wie bereitwillig bekommen Sie Informationen?
- Wie ist die gemeinsame Körpersprache? Ist hier eine Ähnlichkeit erkennbar, was im ersten Blick auf guten Kontakt schließen lässt?
- Wenn unser Kundengespräch ein gemeinsamer Tanz wäre, wie würden wir jetzt gerade tanzen? (jeder ein anderer Rhythmus?, getrenntes Tanzen, im Flow über das Parkett schweben?)

Somit entsteht eine sehr wichtige Reflexionsschleife, bei der sie die verschiedenen Signale des Kunden überprüfen können. Ein permanenter Check: Zeigen die Signale auf „nicht folgen“, bleiben Sie kurz „stehen“ und stellen den Kunden z.B. die Fragen „Ich habe gerade das Gefühl, dass Ihnen wichtige Fragen durch den Kopf gehen?“ oder „...dass Sie etwas irritiert?“. Holen Sie also vom ersten Moment Ihren Kunden da ab, wo er sich gerade Emotional und Rational befindet.

Ihr Kunde wird es als Wertschätzung erleben, er fühlt sich gesehen – und wenn es nicht zutrifft, wird er es Ihnen sagen. Jedenfalls bleibt er wach und bekommt Ihre Informationen mit.

Zum Schluss kommen dann die Kaufsignale im engeren Sinne. Manchmal macht es einfach Sinn, von den Verkaufstechniken loszulassen, damit der Verkäufer wieder den Kunden wahrnimmt.

Viele Erfolge damit!

Die Landkarte

Vor langer Zeit fand ein Mann in einem fernen Land ein Stück einer Landkarte. Er war sicher, es müsse sich um eine Schatzkarte handeln, und er war fest entschlossen, den Rest der Landkarte zu finden und den Schatz zu bergen. Und er suchte und suchte und suchte... und fand nichts.

Doch eines Tages kam er auf die Idee, sich das eine Stück genauer anzusehen. Und siehe da: Da war ein Hinweis drauf. Dieser Hinweis führte ihn zu einem weiteren Stück der Karte. Und dieses Stück enthielt einen Hinweis auf das dritte Stück. Und so immer weiter, bis er die ganze Karte beisammen hatte.

Und es mag noch nicht einmal so wichtig sein zu wissen, dass er den Schatz auf seinem eigenen Grundstück geborgen hat. Wichtiger ist es wohl, zu wissen, was dieser Mann gelernt hat. Nämlich dass man nicht immer die ganze Landkarte braucht, um loszumarschieren.

