

Dipl.-Kfm. Heiko Henatschs Praxis-Tipps
für Führungskräfte im Verkauf

7,62 Millionen Adressen

Bei vielen Verkäufern und Unternehmen ist die Begeisterung für Business-Netzwerke wie Xing oder LinkedIn schnell erloschen. Als die Netzwerke aufkamen, haben viele ihren Premium-Account eröffnet, Unmengen an Kontakten angehäuft, um dann ernüchtert festzustellen, dass es mit der Neukundengewinnung in der Online-Welt auch nicht so einfach ist.

Deshalb ruhen heute Unmengen von Verkäufer-Accounts weitgehend ungenutzt. Eigentlich schade! Denn Xing & Co. können hilfreiche Werkzeuge sein, wenn Sie im B-to-B-Bereich arbeiten und Kontakte zu Firmenkunden suchen. Schon die Zahlen sind beeindruckend:

Im Juli 2018 zählte Marktführer Xing 7,62 Millionen unterschiedliche Nutzer, die insgesamt 48,7 Millionen Mal das Portal besucht haben, um Kontakte zu knüpfen, sich selbst darzustellen oder um nachzuschauen, was im eigenen Netzwerk los ist. Wo sonst haben Sie einen solchen Pool von mehr als 7 Millionen Business-Adressen, die Sie systematisch durchsuchen und ansprechen können und die sich dabei auch noch selbst laufend aktualisieren?

Wer einige Regeln befolgt und typische Fehler vermeidet, kann dieses Potenzial, das in den Netzwerken schlummert, für sich nutzbar machen. Entscheidend dabei: Wie alle wertvollen Akquise-Wege erfordern sie ein wenig Arbeit und Ausdauer.

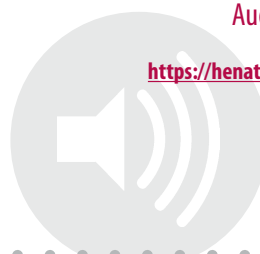
Wenn auch Sie Ihre Netzwerk-Aktivitäten steigern wollen, können die beiden folgenden Seiten ein guter Startpunkt für Sie werden. Denn hier finden Sie vier häufige Fehler, die Sie sich sparen können, zusammen mit vier Tipps, die Ihnen zeigen, wie Sie noch erfolgreicher netzwerken.

Ihr

Dipl.-Kfm. Heiko Henatsch

Den Titelbeitrag können Sie auch als
Audio-Datei zum Hören herunterladen:

<https://henatsch.intem.de/coaching-brief/leser-service/>



Inhalt

- Vier Fehler und vier goldene Regeln: So lassen Sie Xing & Co. für sich arbeiten
- Angst vor dem Preis? Warum es so gefährlich werden kann, erst ganz am Schluss den Preis zu verraten
- Emotionen erfolgreich managen: So bekommen Sie negative Gefühle in den Griff, wenn Kunden provozieren

Kontakt:

Dipl.-Kfm. Heiko Henatsch
Kotzebustr. 16 • 31582 Nienburg
Tel. +49 5021 914555 • Fax: +49 5021 914556
<http://www.henatsch.intem.de>
h.henatsch@intem.de

Vier Fehler und vier goldene Regeln: So lassen Sie Xing & Co. für sich arbeiten

Fehler 1: Zu hohe Erwartungen an die Kontakte

Ein besonders häufiger Grund, warum Verkäufer mit Xing & Co. unzufrieden sind, ist dieser: Sie stellen zu hohe Erwartungen an die einzelnen Kontakte.

Viele verwechseln den Online-Kontakt mit einer echten Beziehung im wirklichen Leben. Das führt zwangsläufig zur Ernüchterung, wenn der Verkäufer nämlich viele Tausend Kontakte angehäuft, aber keinen einzelnen Neukunden auf diesem Weg gefunden hat.

Extra-Tipp:

Bevor Sie aktiv netzwerken, schauen Sie sich Ihr eigenes Profil genau an, das Sie zu Ihrer Person in das Netzwerk stellen. Wann immer Sie eine Kontaktanfrage stellen oder wenn ein möglicher Kunde auf Sie stößt, schaut er sich das Profil an. Sorgen Sie deshalb dafür, dass diese Visitenkarte perfekt ist. Achten Sie besonders auf diese Punkte:

- Aktuelles, professionelles und möglichst sympathisches Foto! (Denken Sie auch an die Möglichkeit, ein Kurz-Video in Ihr Profil zu laden.)
- Schlüssige und sofort verständliche Kurzdarstellung, was Sie bieten.
- Liefern Sie Referenzen: Kunden wollen sehen, für wen Sie schon gearbeitet haben!

Goldene Regel: Kontakte allein sind wertlos! Machen Sie sich klar, dass ein Kontakt in einem Online-Netzwerk in der Regel nur ein flüchtiges „Hallo“ ist und ein vages Okay zur Kontaktaufnahme. Zu jedem Menschen, mit dem Sie nur einmal kurz telefoniert haben, haben Sie eine engere Beziehung.

Ein Xing-Kontakt gewinnt erst dann an Wert, wenn Sie ihn zum Aufbau einer Beziehung nutzen. Der Xing-Kontakt ist im Idealfall ein Anlass oder ein Anknüpfungspunkt zu einem baldigen persönlichen Telefonat oder einem Treffen im richtigen Leben.

Fehler 2: „Ich möchte mich mit Ihnen vernetzen!“

Wenn Sie jemanden, der Xing häufig nutzt, nerven wollen, senden Sie ihm eine Kontaktanfrage mit einer Nachricht wie dieser: „Ich möchte mich mit Ihnen vernetzen!“

Viele Mitglieder – und besonders oft die in den interessanteren Positionen – werden mit solchen inhaltsleeren Standard-Kontakt-aufnahmen überschwemmt. Wer das Netzwerk ernsthaft nutzt, ignoriert solche Anfragen immer häufiger, weil es offenbar keinen Grund für sie gibt.

Goldene Regel: Liefern Sie mit jeder Kontaktanfrage einen individuellen Grund! Lassen Sie die Finger von abgegriffenen Standard-Texten bei Ihren Kontaktanfragen. Liefern Sie immer einen Grund, warum Sie den Kontakt suchen.

Schauen Sie sich das Profil an und recherchieren Sie. Suchen Sie nach Gemeinsamkeiten! Dann können Sie eine Nachricht zur Kontaktanfrage wie zum Beispiel diese schreiben, die bestimmt nicht ignoriert und vielleicht sogar sofort interessiert beantwortet wird:

- *Guten Tag Herr Mustermann, heute habe ich gesehen, dass Sie mit Michael Müller den Kontakt aufgebaut haben, mit dem ich schon seit vielen Jahren auf dem Gebiet ... zusammenarbeite. Auf Ihrem Profil habe ich gelesen, dass Sie sich mit XYZ-Projekten befassen. Diese gehören aktuell auch zu meinen Schwerpunkten. Wenn Sie mich als Kontakt in Ihr Netzwerk aufnehmen, haben wir die Chance, Erfahrungen auszutauschen!*

Fehler 3: Zu schnell verkaufen

Doch auch wenn Sie einen Kontakt erfolgreich aufgebaut haben, wartet noch ein unangenehmes Fettnäpfchen, in das Verkäufer gern tappen: Sie überrumpeln den neuen Kontakt sofort mit einem Verkaufsgespräch.

Grund dafür ist wiederum ein Missverständnis: Der neue Kontakt hat Ihnen die Erlaubnis erteilt, in Verbindung zu bleiben und seinen Statusmeldungen zu folgen. Er hat aber nicht das Okay dazu gegeben, dass Sie ihm per E-Mail ein Angebot schicken oder am Telefon eine Verkaufspräsentation starten. Wer es trotzdem versucht und zu schnell verkaufen will, verscherzt es sich schnell mit einem möglicherweise interessanten Kontakt.

Goldene Regel: Erst eine Beziehung aufbauen! Für den neuen Kontakt bei Xing oder einem anderen Netzwerk sind Sie in der Regel noch ein Fremder! Die meisten wollen sich nicht von einem Fremden in ein Verkaufsgespräch verwickeln lassen. Beginnen Sie mit dem Beziehungsaufbau zum Beispiel so:

- Suchen Sie den fachlichen Austausch. Liefern Sie dem neuen Kontakt interessante und wertvolle Informationen.
- Netzwerken Sie selbstlos und öffnen Sie Türen: Wenn Sie sehen, dass der neue Kontakt Informationen, Dienstleistungen oder Produkte sucht, die Sie selbst nicht bieten, liefern Sie ihm interessante Kontakte, mit denen Sie gute Erfahrungen gemacht haben.

So kommt der Verkauf oft schnell und automatisch, weil Sie sich als wertvoller Gesprächspartner erwiesen haben.

Fehler 4: Zu schnell aufgeben

Die meisten Verkäufer, die soziale Netzwerke für die Akquise getestet haben, sind anfangs mit großem Elan dabei gewesen, haben oft stundenlang Kontakte geknüpft und die Sache dann schnell wieder einschlafen lassen. Das kann natürlich nicht funktionieren, weil Beziehungsaufbau – zumal über Entfernung – seine Zeit braucht.

Goldene Regel: Zeigen Sie Konstanz! Wenn Sie Business-Netzwerke sinnvoll nutzen wollen, planen Sie feste Zeiten dafür ein. Machen Sie die Xing- oder LinkedIn-Aktivität beispielsweise zur täglichen Fünf- oder Zehn-Minuten-Routine beim Start in den

Arbeitstag. Mehr brauchen Sie nicht, um neue Kontakte anzubahnen und einen guten Anlass zu finden, um diese anzurufen. Beachten Sie bei Ihrer allgemeinen Netzwerkpflge folgende Punkte:

- Haben Sie neue Kontaktanfragen? Gibt es eine Möglichkeit, sofort Kontakt per Mail oder Telefon aufzunehmen, wenn es sich um einen interessanten Kontakt handelt?
- Schauen Sie, wer Ihr Profil besucht hat. Sind hier interessante Personen dabei?
- Prüfen Sie, welche neuen Kontakte Ihre Kontakte haben.
- Gibt es interessante Aktivitäten oder Änderungen bei Ihren Kontakten? Können Sie hierzu einen Tipp geben oder eine persönliche Nachricht schreiben?

Natürlich sollten Sie regelmäßig überprüfen, ob sich der Aufwand lohnt. Halten Sie dafür stets fest, wie viele Kontakte Sie durch die Netzwerke gewonnen haben und ob daraus Abschlüsse entstanden sind. So können Sie den Erfolg messbar machen und Ihre Strategie optimieren.

Extra-Tipp:

Achten Sie auf Klasse statt Masse! Wenn Sie regelmäßig in Netzwerken unterwegs sind, kann es rasch passieren, dass Sie sehr schnell sehr viele Kontakte sammeln. Dann wird Ihre Kontaktliste leicht unübersichtlich und Sie wissen schon bald selbst nicht mehr, mit wem Sie verknüpft sind. Wählen Sie Ihre Kontakte deshalb gezielt aus. Am besten überlegen Sie vorher, welche Merkmale ein idealer Kontakt für Sie hat (Branche, Unternehmensgröße, Position ...) und suchen Ihre neuen Kontakte gezielt danach aus.

Wer hochpreisige Produkte verkauft, sollte ein gutes Timing besitzen. Zu früh über den Preis zu reden, wenn der Kunde noch nicht alle Vorteile kennt, verbietet sich von selbst. Doch zu langes Warten kann auch gefährlich werden.

Angst vor dem Preis? Warum es so gefährlich werden kann, erst ganz am Schluss den Preis zu verraten

Das Gespräch über den Preis ist für viele ein heikler Punkt. Insbesondere Verkäufer, die ein hochpreisiges Produkt an den Mann bringen, achten darauf, erst ganz zum Schluss über den Preis zu sprechen. Und immer wieder passiert Folgendes:

Der Verkäufer umgeht während des ganzen Verkaufsgesprächs das Thema Preis. Wenn der Kunde danach fragt, vertröstet er ihn auf später und redet weiter über die zahlreichen Vorteile. Schließlich kommt der Moment der Wahrheit und der Verkäufer muss sein schriftliches Angebot abliefern. Und dann fällt der Kunde aus allen Wolken. Weil er niemals im Leben mit einem so hohen Preis gerechnet hätte. Dann gibt es in der Regel keine Chance mehr, den Abschluss zu machen, weil der Kunde schlagartig dichtmacht. Alle Mühe und Zeit, die der Verkäufer investiert hat, waren umsonst.

Natürlich sollten Sie niemals mit einem Interessenten sofort über den Preis sprechen (wenn Sie nicht der günstigste Anbieter sind). Aber wenn Sie die Sache zu weit hinauszögern, droht der Preis-Schock. Nutzen Sie deshalb die beiden folgenden Tipps:

Extra-Tipp:

Wenn Sie noch nicht über den Preis gesprochen haben und jetzt ein schriftliches Angebot abgeben sollen, sprechen Sie zuerst mit dem Kunden persönlich. Bieten Sie zum Beispiel an, den Entwurf für das schriftliche Angebot gemeinsam durchzugehen. So können Sie noch andere Optionen oder Sparmöglichkeiten besprechen, wenn sich herausstellt, dass Ihr anvisierter Preis weit außerhalb seines Budgets liegt.

Tipp 1: Fühlen Sie rechtzeitig vor

Versuchen Sie, frühzeitig in der Informationsphase herauszufinden, in welchen Preiskategorien der Kunde denkt und welches Budget er im Kopf hat.

Eine Möglichkeit dazu ist auch: Fragen Sie nach den Lösungen oder Produkten, die der Kunde vorher genutzt hat. Einfach ausgedrückt: Wenn Sie dem Kunden einen Ferrari verkaufen wollen, fragen Sie ihn, welchen Wagen er bis jetzt fährt. Wenn er Ihnen sagt, dass er schon einen Maserati hat, können Sie davon ausgehen, dass er Ihre Preiskategorien kennt.

Tipp 2: Geben Sie Ihren Kunden die Chance, sich an den Preis zu gewöhnen

Wenn Sie den ersten Tipp befolgen, werden Sie immer wieder feststellen, dass manche Kunden eine unrealistisch niedrige Preisvorstellung haben. Dann heißt es: Geben Sie den Kunden die Chance, sich langsam mit höheren Preisen anzufreunden.

Weichen Sie dem Kunden nicht aus, wenn er nach dem Preis fragt. Sagen Sie selbstbewusst Ihren Preis in dem Moment, wenn klar ist, dass der Kunde Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung haben will. Im Gespräch bietet sich Ihnen dann noch die Möglichkeit, den Kunden zu überzeugen, dass außergewöhnliche Vorteile ihren Preis haben und dass er zwar einen höheren Preis zahlt, aber das Mehrfache wieder zurückbekommt.

Emotionen erfolgreich managen: So bekommen Sie negative Gefühle in den Griff, wenn Kunden provozieren

Stellen Sie sich diese Situation vor: Sie sitzen bei einem Kunden, der für Sie hochinteressant werden könnte. Das Gespräch läuft ganz gut. Der Kunde beantwortet Ihre Fragen und hört sich Ihre Präsentation an. Doch dann sagt er plötzlich etwas wie:

Extra-Tipp:

Besonders wichtig für ein Emotions-Management ist eine gute Vorbereitung. Machen Sie sich vertraut mit Verhandlungsfallen, Tricks von Verhandlungsprofis und Einwänden. Machen Sie sich vor wichtigen Gesprächen auch detailliert Gedanken darüber, was schiefgehen könnte und wie Sie dann vorgehen. Unsicherheiten können Sie so weitgehend ausschließen.

Mein Extra-Service:

Damit Sie nicht kalt erwischt werden, habe ich Ihnen eine Checkliste mit Verhandlungstricks zusammengestellt, die immer wieder gern angewendet werden (siehe Seite 6).

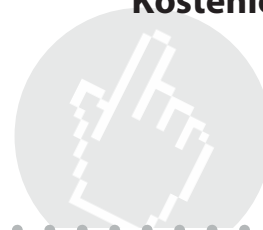
„Alles gut und schön. Sie können sich vorstellen, dass viele Leute gern mit uns ins Geschäft kommen wollen. Ist das alles, was Sie zu bieten haben?“

Wer es mit professionellen Einkäufern und geschulten Verhandlern zu tun hat, wird eine solche Situation bestimmt schon mehr als einmal erlebt haben. Und wer auf eine solche Provokation des Kunden nicht vorbereitet ist, reagiert schnell mit Emotionen. Angst, Unsicherheit oder sogar Ärger steigen auf. Der Verkäufer versucht noch einmal, Vorteile herunterzubeten oder seinen Preis zu rechtfertigen. Unangenehme Folge:

Der Kunde spürt die Unsicherheit. Er fragt sich: „Was stimmt mit dem Verkäufer nicht, wenn er so schnell unsicher wird? Stimmt vielleicht etwas mit seinem Produkt nicht?“ Oder er nutzt die offensichtliche Schwäche, um den Preis nach unten zu drücken.

Das zeigt: Die Emotionen zu managen kann entscheidend für den Erfolg sein. Nutzen Sie deshalb diese einfachen Strategien, um negative Gefühle im Verkaufsgespräch in den Griff zu bekommen:

- **Trainieren Sie Achtsamkeit gegenüber den eigenen Gefühlen.** Unsicher und verzweifelt wirkt der Verkäufer aus dem Eingangsbeispiel dann, wenn er die eigenen Gefühle der Angst oder Wut verdrängen und überspielen will. Dadurch werden sie nur stärker. Gewöhnen Sie sich deshalb an, in kritischen Situationen einen kurzen Moment innezuhalten und zu beobachten, welche Gefühle in Ihnen aufgestiegen sind.
- **Beschreiben Sie innerlich das Gefühl.** Sagen Sie dann mit Ihrer inneren Stimme, welche Emotion das ist. Zum Beispiel: „Ich fühle mich provoziert!“ Oder: „Das hat mich wütend gemacht!“ Die Erfahrung zeigt: Wenn Sie das Gefühl benennen und akzeptieren, verliert es sofort an Macht und Sie können professionell und planvoll weitermachen.
- **Sehen Sie Provokationen als gutes Zeichen:** Wenn ein Kunde sich die Zeit nimmt, Sie herauszufordern, ist das ein gutes Zeichen. Wenn er kein Interesse an Ihnen und Ihrem Produkt hätte, würde er das Gespräch einfach beenden. Wenn er Einwände hat oder Sie durch eine gezielte Provokation herausfordert, zeigt er Interesse an Ihnen und Ihrem Angebot. Machen Sie sich klar, dass Sie in diesem Moment einen Schritt in Richtung Abschluss vorangekommen sind. Dann können Sie ehrlich gelassen reagieren und die Provokation abpuffern und freundlich beispielsweise mit einer Gegenfrage reagieren.



Checkliste: Fünf häufige Verhandlungstricks und wie Sie richtig darauf reagieren

Im Verkauf begegnen Sie immer wieder Verhandlungsprofis im Einkauf, die mit allen Wassern gewaschen sind und mit Verhandlungstricks arbeiten, die den Verkäufer gezielt emotional verunsichern sollen, um bessere Preise oder Konditionen auszuhandeln. Ihr bester Schutz für sich selbst und Ihre Mitarbeiter: Machen Sie sich mit diesen Verhandlungstricks vertraut. In der Checkliste finden Sie fünf Tricks, die häufig eingesetzt werden.

Klicken Sie auf den folgenden Link oder senden Sie mir das ausgefüllte Formular unten. Sie erhalten Ihre Checkliste dann umgehend als PDF per Mail.

<https://henatsch.intem.de/coaching-brief/leser-service/>

Oder schicken Sie den folgenden Coupon ausgefüllt
an meine Faxnummer.

Fax +49 5021 914556

Ja, bitte senden Sie mir die Checkliste zum Schutz vor Verhandlungstricks kostenlos zu.

Vorname/Name

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

E-Mail-Adresse

Rückruf-Service: Sie haben eine Frage zum Coaching-Brief? Oder Sie brauchen eine Kurzberatung? Dann kreuzen Sie hier Ihren Rückrufwunsch an:

☐ Ich bitte um Rückruf, weil ich eine Frage habe!

Mein Wunschtermin für den Rückruf (Datum/Uhrzeit):

Meine Telefonnummer für den Rückruf: