

# CHECKLISTE: VERKAUFSGESPRAECH

## 1. Ziel

- Was ist das **SMART-Ziel** für den Termin? **SMART**: Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Timely.

## 2. Angebot

- Wie sieht das konkrete Angebot aus? Was ist die:
  - **Going-HIGH** Position: „Optimal-Ziel“.
  - **Going-IN** Position: Was Sie erreichen wollen.
  - **Going-OUT** Position: „Minimal-Ziel“, was für Sie noch vertretbar ist.
- Was sind die **nächsten Schritte**, die angestrebt werden sollen?

## 3. Aufklärung

- Sind alle Quellen genutzt, um sich über den Kunden genau zu informieren?
  - **Webseite**: Kunde und Wettbewerb.
  - **Geschäftsberichte**: Gerade in Geschäftsberichten stehen nicht nur die Finanzaahlen, sondern auch Marktsituation, Strategie und Herausforderungen des Unternehmens.
  - **Pressemitteilungen**.
  - Was sagen evtl. Kollegen, die bereits mir dem **Kunden Kontakt** hatten?
  - Gibt es jemanden, der jemanden beim Kunden kennt und den Sie im **Vorfeld evtl. kontaktieren** kann?

## 4. Entscheider

- Wer nimmt an dem Gespräch teil? Wer ist/sind der/die Entscheider?
- Alle verfügbaren Informationen gecheckt (Xing, LinkedIn, Facebook, Netvibes, etc.), um eine persönliche Ebene herzustellen?

## 5. Produkt/Service

- Kennen Sie Ihr(e) Produkt(e) oder Service, den Sie dem Kunden verkaufen wollen **in und auswendig**? Eigenschaften, Versionen, Preise?

## 6. Wettbewerb

- Kennen Sie das/die Produkt(e) oder den Service des Wettbewerbs, vor allem die **Stärken & Schwächen** in und auswendig?

# CHECKLISTE: VERKAUFGESPRAECH

## 7. Terminplanung

- Wann und wo ist der Termin?
- Welchen Zeitpuffer muss ich einplanen (Stau, etc.)?
- Was muss ich mitnehmen? Welche Medien und Back-ups (Angebots-Booklet, CD, USB-Stick, etc.)?
- Ist das Laptop zu 100% aufgeladen? Nichts ist peinlicher, als nach einem Stromanschluss beim Kunden zu suchen.
- Haben Sie WLAN/Internet vor Ort, wenn Sie es zu einer Demonstration benötigen?
- Läuft der Beamer? Gibt es ein Ersatzgerät oder eine Ersatzbirne, wenn er ausfällt?

## 8. Bedarfsermittlung

- Welche Fragen stellen Sie zur Bedarfsermittlung, **wie und in welcher Reihenfolge**?
- Nur der **Kunde kann Ihnen das sagen**? Überprüfen Sie, was Sie zu wissen glauben!

## 9. Fragen/Einwände - „What-if-Canned-Decision-Planing“

- Welche Fragen/Einwände könnten gestellt werden, vor allem **die unvorstellbaren**?
- Haben Sie die **richtigen Antworten**?
- Was machen Sie, wenn der Kunde „unfair spielt“?

## 10. Verkaufszyklus

- Wie läuft der Verkaufszyklus? 1. Angebot, 2. Test, 3. Pilotprojekt, 4. Abschluss?
- Wie lange ist der Verkaufszyklus? Wer ist/sind die Entscheider der einzelnen Phasen?



### Keynotes von Holger Lietz:

- **FLY OR GOODBYE.** Richtig entscheiden mit der Kampfpiloten-Methode.
- **Sales is Combat.** Verkaufen mit maximaler Schubkraft!

Besuchen Sie die Webseite: [www.holger-lietz.de](http://www.holger-lietz.de)