René Jäger AG • Leifstraße 18 • D-81549 München

München, 19. Juni 2012

RJ@René-Jäger.de
☎ 089 649470-64
🖷 089 649470-66

6. Mehr verkaufen bei meinen Kontakten

Die geschäftliche Kontaktliste ist ein wertvolles Instrument für den Verkauf. Jeder Adresse wird im Marketing ein Wert von 80 EUR zugeschrieben. Je größer also Ihre geschäftliche Kontaktliste ist, je wertvoller ist diese. Wie man Kontaktlisten aufbaut, wird in einem späteren Training besprochen. Fangen wir jetzt damit an, die bestehende geschäftliche Kontaktliste besser einzusetzen.

6.1 Kategorisieren

Wenn Sie die Geschäftskontakte anschreiben oder kontaktieren, haben Sie ein sehr breites Interessenspektrum. Es ist daher wichtig zu wissen, wer hat welche Interessen.

Warum ist das so wichtig? Wenn Sie Personen Informationen zukommen lassen, ob im persönlichen Gespräch, per E-Mail oder Post, kann das Ergebnis sehr weit gestreut sein. Es kann sein, dass sich der Empfänger gestört und genervt fühlt, weil Sie ihm Informationen zukommen lassen, die ihn nicht im Geringsten interessieren. Wenn Sie jedoch Problemlösungen für seine Situation liefern, werden/sind Sie als Fachmann für ihn interessant.

Bereiten Sie im ersten Schritt eine Broschüre (oder wenigstens eine Liste) vor, in der Sie Ihre verschiedenen Dienstleistungen und/oder Produkte kurz beschreiben. Erstellen Sie außer dem ein Formular, in dem Sie die Interessen Ihrer Kontakte bei einem Gespräch vermerken können.

Der zweite Schritt besteht darin, bei einem persönlichen Gespräch Ihren Gesprächspartner zu fragen, welche Themen für ihn interessant sind. Füllen Sie Ihr Formular entsprechend aus. Fragen Sie Ihren Kontakt, wie oft Sie ihm Werbung dazu zukommen lassen dürfen (Newsletter, Infobrief etc.) und wohin Sie diese versenden sollen.

6.2 Werbung versenden

Im dritten Schritt liefern Sie wiederholt (regelmäßig oder unregelmäßig) Werbung zu genau den Themen, die Ihre Kontakte interessieren. Wie der Inhalt der Werbesendungen strukturiert sein kann, finden Sie im 7. Finanzcoaching - Netzwerktraining. Wichtig dabei ist, dass Sie genau zu dem Thema Informationen liefern, das ihn interessiert.
Wenn Sie die Werbesendung erstellt haben, prüfen Sie den Inhalt noch einmal genau nach: ist der Inhalt deckungsgleich mit den Interessen der Adressaten. Verändern Sie den Inhalt gegebenenfalls so lange, bis dem so ist.

Wenn Sie Ihre Inhalte ganz gezielt auf die Bedürfnisse der Adressaten versenden, werden Sie im Laufe der nächsten Werbesendungen höhere Verkaufsquoten erreichen.

6.3 Zusammenfassung

1. Stellen Sie Ihre Dienstleistungen / Produkte detailliert vor. 2. Fragen Sie Ihre Gesprächspartner, was davon für sie interessant ist. 3. Erstellen Sie Werbung, die genau die Bedürfnisse decken.