Nachbereitung 2 Vortrag

* Viel besser als am Freitag
* Bis Integration ziemlich gut
* Nichts an Erfahrungen annehmen
* Keine Suggestivfragen
* Lassen den Gesprächspartner ggf. sich blöd vorkommen
* Etwas, wofür man Erfahrung braucht einfach in den Vortrag einstreuen
* Weniger Vortragsähnlich 🡪 Details/Sachen cleverer einstreuen
* Leiter = pricing einstreuen
* Opel/PSA 🡪 kürzer 🡪 steht dem freien Markt noch nicht zur verfügbar
* Desto kürzer desto besser
* **Prägnanz** 🡪 Fragen wieder zu lang beantwortet
* Unternehmensvorstellung gut
* Wenn Konkurrenz anspricht 🡪 offen sein 🡪 infos herauskitzeln
* An alle Produkte denken und nicht nur probieren ein Produkt zu verkaufen 🡪 weniger engstirniger sein
* Mehr auf „Charakter“ des Gegenübers eingehen 🡪 wenn nicht weiß, dann lange erklären
* Warenkorb; Katalog 🡪 wichtig für Kataloge

„Kunden bestellen nachdem Sie geguckt haben, was für Teile sie brauchen. Kann auch vergessen werden; Mit Service Book nicht

* Mehr Kundenbindung 🡪 so viel Konkurrenz und geht darum sich abzusetzen
* Ehrlich sein 🡪 werden beide nicht so viel verdienen
* Konkurrenzprodukte des Kunden nicht ansprechen 🡪 kreiert keine gute oder positive Atmosphäre
* Gut: keine definitive Preisaussage 🡪 abkürzen : „ist interessanter Punkt, wäre am fairsten, wenn wir das erst klären, wenn alle Details feststehen“ 🡪 gibt noch offene Kosten (Integrationskosten auf TA-Seite und Katalogseite)
* Nicht so doll auf Preismodell herumreiten 🡪 findet nicht jeder so gut
* gut, dass erklärt hat was unter die Preise fällt 🡪 Kunde versteht was wir alles machen
* DMS braucht RMI nicht für die Identifikation   
  von Schritt 4 bis 6 braucht das DMS die RMI-Daten 🡪 matching Item-MP   
  Schritt 7 Herstellerspezifische Daten
* Für Kunden wichtigste Dinge muss man wissen 🡪 Catalogue : Integration
* **Zielgruppenabhängigkeit**