|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Kundentyp** | | | |
|  | **D** | **I** | **S** | **G** |
| **1 Presales**  Zusätzlich zum AIV-Standard | Wesentliches ist gut vorbereitet, Details bereithalten, falls erforderlich. Agenda kurz und knapp vorab vorschlagen und Feedback erbitten.  Programmierung:  Kunde hat die gefühlte Kontrolle und will schnell zum Ergebnis kommen, im Hintergrund führen, Reibungsfläche bieten  Erwartung des Kunden an mich:  Sparringspartner, schnelle Resultate, Alternativen, sportlichen Wettberwerb | Normal vorbereitet, auf spontane Richtungswechsel vorbereitet sein, weiß der Kunde schon, was er will? Agenda knapp aber alles drin.  Programmierung:  Freundlich sein, lächeln, etwas lockerer werden, erst Kontakt herstellen, Gas raus, mehr Interaktion, um den Kunden zu aktivieren, sein Vertrauen gewinnen  Erwartung des Kunden an mich:  Beziehung zu mir finden, mir vertauen können, mit Kauf persönliche Vorteile haben, mehr Harmonie | Eigene Ziele außen vor lassen und auf Kundenbedürfnisse konzentrieren, detailliert vorbereitet, auf jeden Fall ausführliche Agenda vorab schicken.  Programmierung:  Keinen Druck machen, viel Geduld und Zeit mitbringen, sich einstellen auf Erklären müssen und Fragen beantworten, unterstützen  Erwartung des Kunden an mich:  Bestätigung, Sicherheit, kann sich mit Kauf auf mich verlassen, kein Zeitdruck und Streß | Ausführlich informieren,  evt. Unterlagen vorab schicken, Produktdetails sauber und strukturiert vorbereitet, für mögliche weitere Themen vorbereitet sein, ausführliche Agenda vorab.  Programmierung:  Keinen Druck machen, nicht drängen, auf viele Detailfragen vorbereitet sein, Zeit mitbringen, Kunde ist vorbereitet, er ist Fachmann  Erwartung des Kunden an mich:  Ich bin ebenbürtiger Experte, Qualität, mit Kauf keinen Fehler machen, Zeit für Info und Entscheidung |
| **2 Kontakt** | Kurzes Warmup, schnell zur Sache kommen | Aktiv und begeistert auftreten, ausgedehnter Smalltalk, flotter Spruch, Zeit einplanen, Bühne für Selbstdarstellung geben | Ruhig und ausgeglichen auftreten, eher defensiv, evt. etwas Smalltalk, das Kunde zeigt, daß ich an ihm persönlich interessiert bin | Sachlich, formal und leise auftreten, i.d.R. kein Smalltalk, gleich zur Sache kommen, Agenda für heute abstimmen |
| **3 Bedarf** | Bedarfe direkt erfragen, schnell auf den Punkt bringen, Wesentliches zusammenfassen | W-Fragen stellen statt argumentieren, aktiv zuhören, raushören, was er wirklich will (Kunde weiß es nicht immer), keine voreiligen Schlüsse ziehen, nicht drängeln | W-Fragen stellen statt argumentieren, aktiv zuhören, öfter zusammenfassen, lieber nochmal nachfragen, erste Hilfen signalisieren | Ich bin Experte, sachlich bleiben, detaillierte Fragen stellen, Bedarf zusammenfassen, keine voreiligen Schlüsse ziehen |
| **4 Angebot** | Chancenstrategie, Optionen aufzeigen  Präsentation vom Groben (=Überschriften) bei Bedarf ins Feine (=Details), bei Ungeduld des Kunden Tempo beschleunigen, Optionen aufzeigen, Ergebnisse klar herausstellen, kaufen lassen  Nutzen:  Effizienz, Ersparnisse, schnelle Gewinne, Chancen, eigener Machtgewinn, Kontrolle haben | Chancenstrategie, Lösung moderieren  Kunde mit in die Lösungsfindung einbeziehen (moderieren), mit lösungsorientierten Fragen weiter aktivieren, Köder auslegen, Gründe liefern, damit er groß rauskommt, locker bleiben, Begeisterung wecken, kaufen helfen  Nutzen:  Die geniale Lösung, eigene Kräfte schonen, Wie kann er persönlich erfolgreich und gut dastehen?, hatte er ein `Kauferlebnis`? | Vermeidungsstrategie, kleine Schritte  Erst Vertrauen aufbauen, dann Geschäft, viel Infos, erklären, ohne Druck, langsam vom Bekannten zum Neuen in kleinen Schritten führen, nicht mit der Türe ins Haus fallen, kaufen helfen  Nutzen:  Vermeidung von Nachteilen, Nachhaltigkeit, nicht alles verändern müssen, Zuverlässigkeit, Service, bewährt, Referenzen, Kunde weiß, was auf ihn zukommt | Vermeidungsstrategie, Beweise  Argumente langsam und logisch präsentieren, alle Details mit einbeziehen, Alternativen/ Optionen sauber herausarbeiten, nicht überfahren, Tempo bestimmt der Kunde selbst, kaufen lassen  Nutzen:  Betonen der Richtigkeit, Beweise liefern für Argumente und Ergebnisse, Qualität, Service, Prozeßsicherheit, keine plötzlichen und gravierenden Veränderungen |
| **5 Einwände** | Einwände ernst nehmen und schnelle Lösungen anbieten, Der Kunde hat immer Recht und das letzte Wort (nicht ich) | Immer freundlich und locker bleiben, Kunde anregen, Einwände zu äußern, in gemeinsame Lösung miteinbeziehen | Zeit geben zum Nachdenken, aktiv Feedback einholen, genau drauf eingehen, ihm ´aus der Patsche´ helfen | Gelassen bleiben bei den detaillierten Fragen, Zeit geben, seine Bedenken mit ZDF sauber ausräumen |
| **6 Abschluß** | Entscheidet schnell aufgrund von Fakten, Wahlmöglichkeiten lassen, Kunde entscheidet, schnell und direkt zum Abschluß kommen | Entscheidet spontan, emotionalen Point of Sale spüren, Abschluß aktiv herbeiführen, Empfehlung aussprechen | Entscheidet wohlüberlegt, zusammenfassen, Restpunkte sauber abarbeiten, weiteren Weg abstecken, vorsichtige Empfehlung aussprechen, Sicherheiten geben, Zeit zum Entscheiden geben, nicht drängen, persönliche Zusagen | Entscheidet zögerlich, zusammenfassen, Restpunkte noch klären, Unterlagen anbieten, Zeit geben, um nochmal prüfen zu können, nicht drängeln, evt. Zeitpunkt zum Nachfassen vereinbaren, persönliche Ebene etwas stärken |
| **7 Aftersales** | Versprechen und Zusagen halten, prägnant dokumentieren | Beziehung vertiefen, Zeit für Kundenpflege, will unterhalten werden | Persönliches Feedback, nicht gleich mit dem Nächsten kommen, persönliche Verfügbarkeit und weitere Unterstützung anbieten | Ergebnisse schriftlich zusammenfassen, zu vereinbartem Termin nachfassen, Vereinbarungen exakt einhalten, eher schriftlich kommunizieren |