|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **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, ausdrucksstarkes Auftreten, aufgabenorientiert, sparsam mit Emotionen  Erwartung des Kunden an mich:  Sparringspartner, schnelle Resultate, Alternativen, nicht rumeiern und meine Zeit stehlen | Normal vorbereitet, auf spontane Richtungswechsel vorbereitet sein, weiß der Kunde schon, was er will? Agenda knapp aber alles drin.  Programmierung:  Auf Zeitmanagement achten, nicht alle Schleifen des Kunden mitgehen, helfen, daß der Kunde auf dem Boden bleibt, Ziel setzen, sich selbst etwas zurücknehmen, ich bin für´s Strukturieren zuständig  Erwartung des Kunden an mich:  Beziehung zu mir finden, mir vertauen können, mit Kauf persönliche Vorteile haben, ich bin wichtiger als du | Eigene Ziele außen vor lassen und auf Kundenbedürfnisse konzentrieren, detailliert vorbereitet, auf jeden Fall ausführliche Agenda vorab schicken.  Programmierung:  Gas raus, keinen Druck machen, viel Geduld und Zeit mitbringen, sich einstellen auf Erklären und Fragen beantworten, nicht so laut und plakativ, etwas verbindlicher sein  Erwartung des Kunden an mich:  Bestätigung, Sicherheit, kann sich mit Kauf auf mich verlassen, kein Zeitdruck, nicht so aufdringlich | 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, eher formal bleiben, nicht zu flapsig oder locker, sehr auf die Sache konzentrieren, Kunde ist vorbereitet, er ist Fachmann  Erwartung des Kunden an mich:  Ich bin ebenbürtiger Experte, Qualität, mit Kauf keinen Fehler machen, nicht zugelabert werden |
| **2 Kontakt** | Kurzes Warmup, nicht über `das Wetter` reden, schnell zur Sache kommen | Sei du selbst, Smalltalk nicht zu stark ausdehnen, Bühne für Selbstdarstellung geben, nicht übertreiben (Zeitmanagement!) | Sich etwas zurücknehmen, leiser auftreten, nicht gleich den letzten Blondinenwitz bringen, eher defensiv auftreten, evt. etwas Smalltalk, das Kunde zeigt, daß ich an ihm persönlich interessiert bin | Sachlich, formal und leise auftreten, keinen Wind machen, i.d.R. kein Smalltalk, gleich zur Sache kommen, Agenda für heute abstimmen |
| **3 Bedarf** | Bedarfe direkt erfragen, schnell auf den Punkt bringen, beim Thema bleiben, auf Ungeduld des Kunden achten, mitschreiben | W-Fragen stellen statt zutexten, aktiv zuhören, raushören, was er wirklich will (Kunde weiß es nicht immer), mitschreiben bzw. visualisieren | Durchdachte Fragen stellen statt argumentieren, viel aktiv zuhören, öfter zusammenfassen, häufig nachfragen, erste Hilfen signalisieren | Methodisch vorgehen, sachlich bleiben, detaillierte Fragen stellen, Bedarf zusammenfassen, sauber dokumentieren |
| **4 Angebot** | Chancenstrategie, Optionen aufzeigen  Präsentation vom Groben (=Überschriften) bei Bedarf ins Feine (=Details), bei Ungeduld des Kunden Tempo beschleunigen, Optionen aufzeigen, nicht herumeiern, nicht abschweifen, auf die Sache konzentrieren, Ziel ist verkaufen, nicht eine gute Beziehung! 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, Gespräch strukturieren, eine Art Entertainer sein, Begeisterung wecken, Ziel ist Business machen! 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, keine Begeisterung erwarten, kaufen helfen  Nutzen:  Vermeidung von Nachteilen, Nachhaltigkeit, nicht alles verändern müssen, Zuverlässigkeit, Service, bewährt, Referenzen, Kunde weiß, was auf ihn zukommt | Vermeidungsstrategie, Beweise  Argumente möglichst logisch präsentieren, alle Details mit einbeziehen, Beweise liefern, Alternativen/ Optionen sauber herausarbeiten, nicht zu oberflächlich, auch den Haken an der Sache erwähnen, 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 Recht und das letzte Wort, seine rationale Art nicht persönlich nehmen, keine Ausflüchte | Einwände sportlich nehmen, sie sind eine Chance, immer freundlich und locker bleiben, gemeinsame Lösung herausarbeiten, viel reden | Zeit geben zum Nachdenken, aktiv Feedback einholen, genau drauf eingehen, ihm ´aus der Patsche´ helfen, nicht ungeduldig werden | Fragen = Interesse, nicht ungeduldig werden, seine Bedenken mit ZDF sauber ausräumen, rationale und umfassende Antworten, Zeit geben, nichts unter den Tisch fallen lassen |
| **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, Zukunft ausmalen, nächste Schritte visualisieren | Entscheidet wohlüberlegt, gemeinsam zusammenfassen, Restpunkte sauber abarbeiten, Empfehlung aussprechen, Vertrauen stärken, zu einer Entscheidung ermutigen, persönliche Zusagen | Entscheidet zögerlich, zusammenfassen, Restpunkte noch klären, Unterlagen anbieten, Zeit geben, um nochmal prüfen zu können, nicht drängeln, evt. Zeitpunkt zum Nachfassen vereinbaren |
| **7 Aftersales** | Versprechen und Zusagen halten, prägnant dokumentieren, Zwischenfeedback geben | Kontakt halten, Zeit für Kundenpflege, will unterhalten werden, alles schriftlich dokumentieren, evt. Chancen für Cross Selling nutzen | Persönliches Feedback, nicht gleich mit dem Nächsten kommen, persönliche Verfügbarkeit und weitere Unterstützung anbieten, Versprechen und Zusagen halten | Ergebnisse schriftlich zusammenfassen, zu vereinbartem Termin nachfassen, Vereinbarungen exakt einhalten, eher schriftlich kommunizieren |