

VIER VERSCHIEDENE KUNDENTYPEN

Ganz einfach: Wenn Sie als Verkäufer auf einen Kunden treffen, der Ihnen ähnlich ist, dann ist die goldene Regel perfekt. Sie verhalten sich (intuitiv) völlig richtig, Sie haben ein Heimspiel! Wenn Sie aber auf einen Kunden treffen, welcher eine andere Persönlichkeit hat, dann ist die goldene Regel kontraproduktiv.

Ein Verkäufer, der nach der goldenen Regel verkauft, wird bei Kunden, die ähnlich wie er selbst sind, Erfolg haben. Bei anderen verkauft er aber wenig bis gar nicht. Noch schlimmer: Mit der Zeit wird der Verkäufer nur noch zu den Kunden gehen, bei denen die Chemie stimmt, und die anderen meiden. Wenn er Glück hat (beziehungsweise genügend Kundenpotenzial in seinem Verkaufsgebiet), stimmen seine Verkaufszahlen. Aber erfolgreich ist er nicht wirklich. Platinregel: Behandle andere Menschen so, wie diese behandelt werden möchten!



INHALT

Vilfredo Pareto	1
80/20 Regel	1
Pareto im Alltag	2
BEISPIELE	2
AUFGABEN	3
ZEITMANAGEMENT	4
IDEEN FÜR VERTRIEB	4

VERTRIEBSIMPULSE

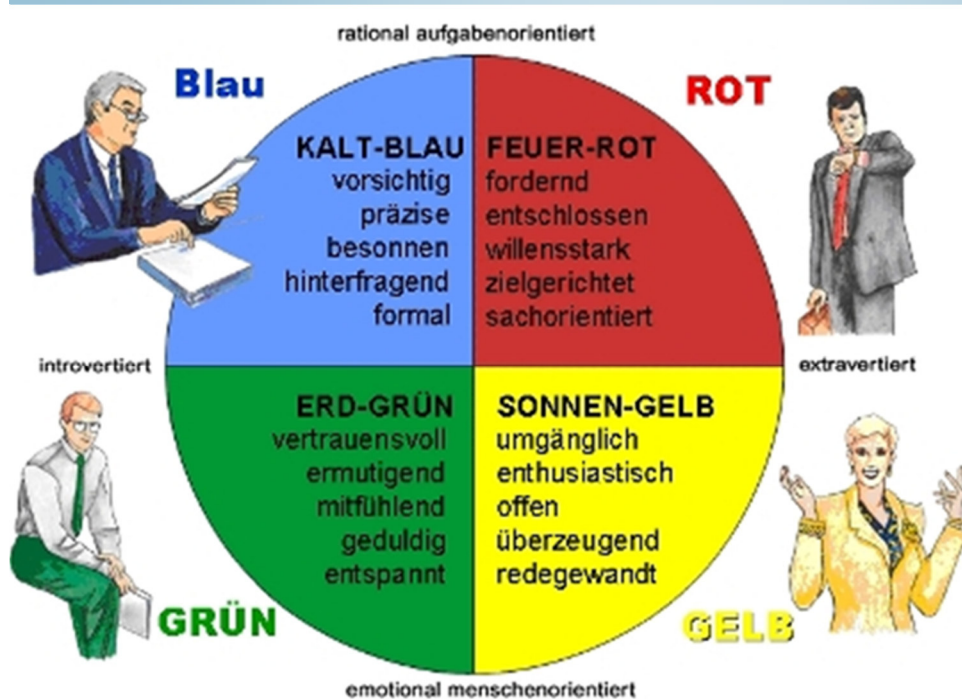
- XING
- Business Pitch
- Motivation
- Werte & Ziele
- Networking
- Telefonmarketing
- Pareto Prinzip
- Jahresplanung

FEEDBACK

Ich freue mich über dein Feedback oder weitere Ideenvorschläge unter:

MAIL: holm@vertriebsimpulse.com

HOME: www.vertriebsimpulse.com



DER ROTE TYP

Der „Rote Typ“ ist in erster Linie dominant. – Menschen mit hohen roten Anteilen sind Führungsorientiert und voller Energie. Sie strahlen Entschlossenheit und Tatendrang aus. Ihre Außenwirkung ist Extravertiert.

In der Kommunikation wirken Sie klar und deutlich, handelnd und agierend. Sie kommunizieren oft sehr Körper sprachlich. Ihre Aussprache ist unmissverständlich und Sie betonen Ihren Führungsanspruch. Die Lebensausstrahlung wirkt positiv und überzeugend und zielorientiert.

Der feuerrote Kunde lehnt sich anfangs gerne zurück, verschränkt die Arme und Sie haben schnell das Gefühl, dass er Sie nicht wirklich mag. Lassen Sie sich davon nicht beeindrucken. Der Rote checkt sein Gegenüber gerne ab, um schnell herauszufinden, ob er mit ihm eventuell seine kostbare Zeit verschwendet.

Was motiviert einen roten Kunden?

- NUR DAS BESTE!
- ziel- und ergebnisorientierte Empfehlung
- direkte, selbstsichere und kompetente Beratung

TIPP

Bringen Sie Ihr Gegenüber dazu, über seine Ziele zu sprechen. Denn wer über seine Ziele spricht, spricht in Wirklichkeit über seine Defizite und Sie haben einen direkten Ansatz um Ihre Lösung punktgenau zu platzieren.

Wer nunmehr meint, damit sei alles erledigt und es kommt nur darauf an das Gegenüber in eine passende Schublade zu stecken, hat falsch gedacht.

Es gibt eine spezielle Situation in der jeder seine dominante Farbe wechselt und zwar komplementär. Der Rote wird Grün, der Blaue Gelb – und umgekehrt der Grüne Rot und der Gelbe Blau. Der Auslöser ist Stress. Wer gestresst ist, wechselt die Farbe.

Der „**Gelbe Typ**“ ist in erster Linie kontaktfreudig. **Menschen mit hohem gelben Anteil sind „Sonnenmenschen“ Sie sind kommunikativ veranlagt und extravertiert.**

Es handelt sich um Menschen mit großem Optimismus und Energie. Sie pflegen Freundschaften intensiv und sind ständig auf der Suche nach Gesprächspartnern wo sie sich einbringen können um Erfahrungen auszutauschen. Demnach sind Sie gute „Kontakter“. Gegenüber anderen Menschen wirken Sie aufgeschlossen, freundlich, unkompliziert und Erlebnisbetont.

Den Sonnengelben erkennen Sie schnell. Er begrüßt Sie, als ob Sie sich schon ewig kennen. Lacht viel und ist eigentlich immer gut gelaunt. Er neigt dazu sehr viel zu erzählen und wenn er erst einmal in Fahrt gekommen ist, dann wird es schwer ihn zu bremsen. Hören Sie ihm zu, begeistern Sie sich für ihn und Sie haben ihn gewonnen.

Was motiviert einen gelben Kunden?

- WAS NEUES!
 - Innovative, neue, außergewöhnliche Produktlösungen
 - Visuelle und begeisterte Beratung
- Lebhafte Präsentationenschen gemacht, nicht zwischen Unternehmen.

Der „**Grüne Typ**“ ist in erster Linie einfühlsam. **Menschen mit hohem grünen Anteil sind introvertiert. Sie drängen nicht in den Vordergrund.**

Verlässlichkeit in Beruf und Partnerschaft und Verständnis für sich und andere bilden die Lebensgrundlage. Sie strahlen Ruhe aus und arbeiten ausdauernd an der Erreichung Ihrer Ziele. Sie helfen gern und unterstützen Vorhaben und andere Menschen. Ihr Verhaltensmuster ist geprägt von der Suche nach Harmonie. Eigene Werte werden mit Ausdauer verteidigt, sie bevorzugen kooperative Umgangsformen.

Der Erdgrüne ist der Gefühls- und Familienmensch unter den vier Kundentypen. Ihm sind Beziehungen zu anderen Menschen und Harmonie sehr wichtig. Er ist am Anfang eher zurückhaltend und misstrauisch. Wenn er Sie aber erst einmal eine Weile kennt und gemerkt hat, dass er Ihnen vertrauen kann, dann ist er aufrichtig und herzlich, und Sie haben einen Kunden für's Leben gewonnen.

Was motiviert einen grünen Kunden?

- SICHERHEIT
 - Aufmerksames Zuhören
 - Entspannte, ehrliche Beratung / Harmonisch
 - Persönliche Erfahrungen / Verlässlichkeit
- Mitfühlen / hohe Empathie

TIPP

Jeder Typus hat seine eigenen Werte und Vorstellungen und diese können sich je nach persönlicher Befindlichkeit verändern. Je besser Sie Ihr andere lesen können, desto besser können Sie auf Ihr jeweiliges Gegenüber eingehen.

Das Ziel ist es herauszufinden, was Ihr Gegenüber erwartet oder besser gesagt, was es wirklich will. Denn niemand legt von vorne herein alle seinen Erwartungen, Wünsche und Träume offen.

Im Verkaufsprozess ist es jedoch elementar zu erkennen, was ein Mensch wirklich möchte, was ihm wichtig und was ihm weniger wichtig ist. Nur so ist ein gezielter Verkauf möglich.

Kontaktbeispiele:

Telefonate
Einladungen
Termine
Xing Gruppen
Stammtische
Impulsvorträge
Wanderungen
Businessfrühstück
Theater, Konzerte
Sportevents
Seminare
Gesundheitskurse
Erster Hilfe Kurs
Adventskranzbasteln
Whisky Verkostung
Kunden Wettbewerbe
Kunden Laufftreff
Küchenparty
Produktparty
Oktoberfest
Kontaktparty
Motivationskurs

Der „**Blaue Typ**“ ist in erster Linie gewissenhaft. **Menschen mit hohem blauen Anteil sind mit großen analytischen Fähigkeiten ausgestattet.**

In der Kommunikation schätzen Sie eher die schriftliche Auseinandersetzung als die Verbale, da diese mehr und eindeutiger Klarheit vermitteln kann. Das Handeln der Menschen mit hohem blauen Anteil ist von Genauigkeit und vorheriger Überprüfung geprägt. Die Argumentation ist Sachbezogen und ohne wesentliche Emotionen.

Das Gesamtbild ist introvertiert und wirkt auf andere oft distanziert.

- Eisblaue Kunden sind stets gut auf ihre Gespräche vorbereitet, pünktlich und ordentlich.
- Sie bevorzugen eine sachliche, geschäftsmäßige Beziehung. Sie legen Wert auf eine sachliche, logische und präzise Vorgehensweise.

Was motiviert einen blauen Kunden?

- INFORMATION “Zahlen – Daten – Fakten”
 - Qualität, Verlässlichkeit und Sicherheit
 - Direkter Augenkontakt
- Fachwissen, ggf. Wissenschaftl. Studien

VERKAUFEN SIE ERFOLGREICHER MIT WISSEN DER KUNDENTYPEN

Behandle deinen Kunden so, wie er behandelt werden möchte!

Ableitungen für

Produktideen

Gesprächsaufbau

Kundenevents

Small Talk