



5 SCHLÜSSEL FÜR MEHR ABSCHLÜSSE IM VERKAUFS- GESPRÄCH DEINES PREMIUM ANGEBOTS

Wie du als Experte, Berater oder Coach mehr
Abschlüsse im Verkaufs-Gespräch deiner
hochwertigen Angebote erzielst

welcome

Hey, ich freu mich total, dass du gerade mein Workbook in den Händen hältst, denn ich habe hier wirklich einige der besten Tools aus 19 Jahren Unternehmensberatung und Coaching zum Thema Sales hineingepackt.

Zu meinen Kunden zählen sowohl internationale Konzerne wie Daimler, HUGO BOSS oder die Creditplus Bank, aber auch Solopreneure.

Als erstes gratuliere ich dir von Herzen, denn wenn du das jetzt liest, bist du schon viel weiter als viele andere Unternehmer da draußen, die immer noch im Marketing-Hamsterrad festhängen.

Für den Verkauf ihrer hochwertigen Angebote investieren sie oft enorm viel Zeit, Energie und Geld in Social Media, Werbung, kostenlose Aktionen, Podcasts ... you name it... , um am Ende doch enttäuscht und frustriert ihre Verkaufszahlen anzuschauen.

Viele Experten legen einfach den strategischen Fokus falsch und vernachlässigen **verkaufpsychologisch aufgebaute Sales-Gespräche**.

Das führt dazu, dass sie ohne einen effizienten Leitfaden in die Gespräche gehen, nervös sind, ihre Preise ganz unsicher nennen und am Ende wenige ihrer hochwertigen Angebote verkaufen.

Zum Glück ist das bei dir anders: Du willst deine hochqualitativen High-Ticket-Produkte wirklich verkaufen, statt deine Zeit in Gesprächen zu verschwenden, die dann nicht konvertieren.



Also, dann schnapp dir
gleich was zu schreiben,
mach es dir gemütlich
und leg los:

Let' rock your sales calls!

Die Basis von ALLEM: Dein Sales Mindset

Hier schenke ich dir einen RIESENBONUS zusätzlich zu den 5 Schlüsseln:

Eine Anleitung, die dir hilft, ein besseres GEFÜHL zum Thema Verkaufen zu bekommen.

Das Problem:

Viele Experten - übrigens auch meine Kunden aus den internationalen Unternehmensberatungen - empfinden oft schon den Begriff 'Verkäufer' als negativ und möchten sich damit nicht identifizieren. Sie haben Angst, sich aufzudrängen und manipulativ zu sein.

Sie haben negative Bilder im Kopf, wie beispielsweise den Staubsaugervertreter, der einer Oma an der Tür etwas aufschwätzen möchte.

Oder den Automobilverkäufer, der in scheinbar auswendig gelernten Phrasen ein Programm abspult.

Meine Empfehlung für dich:

Keiner möchte mit unethischen Methoden oder runtergeleiteten Sätzen etwas aufgedrängt bekommen.

Aber alle Interessenten haben ein Problem, für das sie eine Lösung suchen. Und sie vermuten, dass du ihnen eine Lösung bieten kannst, sonst würden sie nicht mit dir sprechen!

Wenn du dich mit dem Begriff 'Verkäufer' nicht wohl fühlst, dann nenne diesen Teil deiner Unternehmer-Rolle doch 'Lösungsanbieter'. Du erlöst deine Kunden mit deinem hochwertigen Angebot bestimmt von einem belastenden Problem, sonst könntest du am Markt ja nicht existieren.

Das Verkaufs-Gespräch ist dafür da, herauszufinden, ob der Interessent tatsächlich ein Problem hat, das DU lösen kannst. Und du hilfst dem Interessent durch eine sinnvolle Gesprächs-Führung genau das herauszubekommen. Mehr ist es nicht.

Naja gut, es gehört natürlich rechts und links schon noch etwas mehr zum Verkaufen dazu :), aber das ist die Basisfrage, um die es geht. Und warum sollte diese wichtige Hilfestellung, die du dem Interessenten gibst, negativ sein? Es wäre quasi unterlassene Hilfeleistung, wenn du dein Angebot nicht deiner passenden Zielgruppe anbietest in einem Gespräch.

Wenn du dich also in Verkaufs-Situationen unsicher fühlst, beantworte dir folgenden Fragen:

- Von welchem Problem kann ich meine Kunden befreien?
- Warum ist das so wichtig und wertvoll für meine Kunden?
- Was ändert sich alles im Leben meiner Kunden zum Guten durch meine Arbeit?

Lies dir diese Antworten vor jedem Gespräch durch. Du kannst der Liste auch Feedbacks deiner Kunden hinzufügen. Das versetzt dich in eine kraftvolle, positive Haltung.



Schlüssel 1: Nutze Verkaufs-Psychologie

Problem: Viele Selbstständige führen das Verkaufs-Gespräch eher intuitiv ohne strategisch aufeinander aufbauende Elemente.

Verkaufs-Gespräche haben für beide Teilnehmer immer die gleichen Ziele und können somit auch in Phasen aufgebaut werden.

Ich zeige dir hier meinen erprobten Aufbau für Premium-Angebots-Gespräche, die **CODEGA PREMIUM-SALES-METHODE**.

Erstelle dir am besten in Anlehnung daran deinen eigenen Leitfaden. Halte dich daran aber bitte nicht akribisch fest, sondern bleib flexibel in der Gesprächsführung.

Die einzelnen Phasen der Methode sind folgende:

In der Phase **Trust** lernst du deinen Interessenten kennen und baust Vertrauen zu ihm auf. Achte darauf, möglichst viele Gemeinsamkeiten zwischen euch zu finden.



In der **Bedarfs-Analyse** findest du seine spezifischen Schmerzpunkte heraus. Arbeite hier viel mit offenen Fragen und sprich noch nicht über dein Angebot.



In der **Angebots-Phase** besprichst du mit ihm deine Lösung für seine Probleme und den Preis. Achtung: Beziehe dich hauptsächlich auf seine Schmerzpunkte und erörtere nicht alle Elemente deines Angebots.



In der **Einwand-Behandlung** ergründest du, was noch gegen den Kauf deines Premium-Angebots spricht und argumentierst entsprechend.



In der **Abschluss-Phase** schließt ihr mündlich den Vertrag und bespricht die nächsten Schritte. Nutze hierfür eine Methode, mit der du dich wohl fühlst.



Schlüssel 2: Starte sympathisch und stelle die richtigen Fragen

Problem: Die meisten unterschätzen die Phasen Warm up- und Bedarfs-Analyse. Sie wollen möglichst schnell ihr Angebot präsentieren. Dabei sind diese Punkte entscheidend!

Meine Empfehlung:

Nimm dir Zeit - sowohl für den Start des Gesprächs als auch für die Bedarfs-Analyse

Stelle als allererstes eine gute, vertrauensvolle und sympathische Beziehung her zu deinem Interessenten. Dies funktioniert besonders gut, wenn du viele Gemeinsamkeiten findest zwischen euch. Achte also in den Gesprächen z.B. während eines Online-Calls auf die Raumausstattung, Hundegebell, Kaffeetassen, Kinder vor der Kamera, etc.

Versuche zu verstehen, welcher Typ Mensch dir hier gegenüber sitzt und welche Bedürfnisse und Kaufmotive er haben könnte: Und ARGUMENTIERE SPÄTER ENTSPRECHEND.

Stelle anschließend in der Bedarfs-Analyse viele gute offene Fragen, um die wichtigsten Schmerzpunkte herauszuarbeiten, die dein Interessent in Bezug auf sein Thema hat. Dieser Teil ist das KERNELEMENT des Verkaufs-Gesprächs.

Hier kannst du durch geschicktes Fragen Einwände vorwegnehmen, das bedeutet, dass Einwände **GAR NICHT ERST ENTSTEHEN!**



Schlüssel 3: Überzeugende Lösungen statt Folienschlachten



Problem: Manche Experten überschütten den Interessenten mit einer ausführlichen Beschreibung ihres Angebots - oft auch noch auf Powerpoint Slides.

Meine Empfehlung für dich:

Ich verstehe dich, visuelle Darstellungen geben dir Sicherheit sowie Struktur und du denkst, dein Premium-Angebot wirkt dadurch wertvoller. Ein Fehler, den selbst große Unternehmen immer wieder machen.

Was aber tatsächlich passiert, ist, dass der Interessent dadurch häufig eher verwirrt wird. Grund dafür sind oft beispielsweise die genutzten Fachausdrücke und Elemente des Angebots, die für ihn (noch) gar nicht relevant sind oder **deren Nutzen er für sich noch gar nicht erkennen kann.**

Folien zu nutzen heißt immer, keinen direkten Blickkontakt mehr zum Kunden zu haben. Vor allem wenn du Online-Verkaufs-Gespräche führst, hast du davon ja sowieso viel zu wenig. Sei also sparsam und nutze maximal 2-3 Slides.

Viel wichtiger ist es, genau die Schmerzpunkte aus der Bedarfs-Analyse aufzugreifen und deine Lösung dazu einfach und nachvollziehbar darzustellen.

Beispiel

Nehmen wir an, du verkaufst einen hochwertigen Kurs zum Thema Online-Business-Aufbau.

Dein Interessent hat dir berichtet, dass er bereits viele Ideen für Produkte und sogar schon 2 Kurse produziert hat. Allerdings weiss er nicht, wie er diese vermarkten soll (Schmerzpunkt 1). Er hat sehr viele Follower auf Instagram, aber durch seine Posts kauft niemand (Schmerzpunkt 2).

Bitte erzähle an dieser Stelle NICHT:

- Dass dein Kurs mit einer 'Wunsch-Kunden-Avatar' startet
- 19 Videos und 13 Arbeitsblätter hat
- dass er lernt, wie er eine 'Content- und Launch-Strategie' erstellt
- dass ihr für seinen 'Traffic' sein 'Engagement' erhöhen werdet
- dass er 'Copy-Basics' kennen lernen wird,
- dass er 'Elementor-Vorlagen' bekommt
- und nutze bitte schon gar keine vielen Folien, um die gesamten Features und Vorteile deines Kurses abzubilden

Erzähle ihm stattdessen, wie du sein Vermarktungs-Problem (Schmerzpunkt 1) konkret und einfach für ihn umsetzbar löst. Zum Beispiel, indem ihr gemeinsam die Zielgruppe genau definiert und euch eine Strategie überlegt, wie seine potentiellen Kunden nun von seinem Angebot erfahren werden.

Und dass ihr im zweiten Schritt Ideen entwickeln werdet, die seine Instagram-Follower dazu bringen werden, mit ihm in Kontakt zu treten (Schmerzpunkt 2).

Idealerweise ergänzt du das dann durch Storytelling: "Das war bei meiner Kundin X auch so, da haben wir das so gelöst..."

Am Ende kannst du natürlich trotzdem gern ein paar Details nennen, wie ihr die Strategie kreiert. Zum Beispiel: "Du schaust dir erst meine Grundlagen-Videos dazu an, dann im Gruppen-Call..."

Schlüssel 4: Liiiiiiiiiiiiebe Einwände



Problem: Die meisten Menschen, die einen Einwand hören, gehen sofort innerlich in eine Abwehrhaltung und beginnen eine Gegenargumentations-Schlacht

Meine Empfehlung:

'Zu teuer' und 'ich überleg mir das und melde mich dann'... welcher Unternehmer kennt diese Aussagen nicht? Es sind klassische Einwände und sie zeigen dir zwei wichtige Faktoren auf:

1. Dass du keine ausreichende Einwand-Vorwegnahme gemacht hast in den vorherigen Phasen.
2. Dass ein echtes Kaufinteresse besteht. Ja wirklich, kaum zu glauben, oder? Denn der Interessent spielt in seinem Kopf die Möglichkeit des Kaufes durch. Und dabei entstehen Fragen und Unsicherheiten. Die bringt er mit Einwänden zum Ausdruck.

Bleib also positiv gestimmt, hinterfrage das dahinterliegende Bedürfnis und argumentiere entsprechend.

By the way: Für dich und dein Verkaufs-Team kann es evtl. hilfreich sein, eine Liste der gängigen Einwände beim Verkauf deines Angebots zu sammeln und die passenden Fragerichtungen und Argumentationen zu erarbeiten

Schlüssel 5:

Schließe entspannt ab

Problem: Viele Selbständige werden nervös bei der Abschlussfrage - das spürt auch der Interessent und dieses Gefühl verunsichert ihn.

Meine Empfehlung:

Hier sind wir wieder beim Thema Mindset - mach also unbedingt die Basis-Übung aus dem Bonus-Inhalt in diesem Workbook und sei dir deines Wertes bewusst.

Wenn du sauber die vorherigen Phasen abgeschlossen und alle Einwände professionell gelöst hast, ist dieser Schritt nur noch eine Formsache.

Es gibt nun verschiedene Wege, den Interessenten zu fragen, ob er dein Premium-Angebot kaufen möchte.

Nutze eine Abschluss-Technik, die dir liegt und bei der du dich wohl fühlst. Und versuche bitte nicht, irgendwelchen Sales Gurus nachzueifern, mit fiesen Methoden und Druck zu arbeiten, wenn das nicht zu dir und deinen Werten passt.

Das fühlt sich nicht nur für dich unauthentisch und unpassend an.

Gleichzeitig aber kannst du hier natürlich Angebote mit einer gewissen zeitlichen Frist platzieren, um die Entscheidungs-Wahrscheinlichkeit zu erhöhen.



about me

Hi, ich bin Ida Saccone, seit 2004 selbständiger Coach und Unternehmensberaterin.

Als ausgebildeter Sales-Coach habe ich - gemeinsam mit meinem deutschlandweiten Team - schon viele große Projekte gemanagt. Zum Beispiel trainierten wir alle Filialen der größten Fitnesskette Deutschlands Fitness First, alle Vertriebs-Leiter der Modekette New Yorker und alle Filialleiter der Creditplus Bank. Und es gab überall Umsatzsteigerungen, die sich sehen lassen konnten.

Als Consultant in großen DAX-Konzernen, aber auch in der Online-Business Welt begegnen mir immer wieder starke Frauen, die tolle Kompetenzen haben, sich selbst und ihre Arbeit aber nicht gut verkaufen können.

Um diese Frauen zu unterstützen und ihnen zu zeigen, dass es endlich Zeit ist, ihre Stärken und Talente ins rechte Licht zu rücken, habe ich meine simple Codega Premium - Sales - Methode entwickelt. In den nächsten Tagen werde ich dir daher weitere Tipps und Tricks zum Thema Verkaufs-Gespräche aus meiner Methoden-Box senden.

Denn Sales ist kein Hexen- sondern ein Handwerk, das du wunderbar trainieren kannst.



Möchtest du auch auf authentische Art mehr deiner hochwertigen Angebote mit viel mehr Leichtigkeit in deinen Gesprächen verkaufen?

Dann sei gespannt auf meine Tools, die ich dir in den nächsten Tagen dazu senden werde.

Starte dein entspanntes und viel effektiveres Business-Leben **JETZT** und verkaufe einfach mehr in deinen Sales Calls!

Ohne mehr Zeit und Energie in Social Media, Blog-Artikel, kostenlose Aktionen, etc. zu investieren.

Einfach mit höheren Abschlussquoten!

Ich freu mich auf Dich!

Ida