



Profi-Tipps

„Mehr Kunden, mehr Geschäftspartner ... Dank dem Abschluss“

von André Göttler

Hallo liebe Networkerin, hallo lieber Networker.

Haben Sie schon einmal einen Neu- oder Gebrauchtwagen bei einem guten Händler gekauft?

Erinnern Sie sich doch einmal zurück:

Zu welchem Zeitpunkt wollte der Verkäufer bzw. der Händler Ihnen das Auto verkaufen? Ich behaupte, es war nach der Probefahrt.

Jetzt stellen Sie sich bitte einmal vor, der Autoverkäufer hätte Sie nach der Probefahrt ohne Worte wieder nach Hause geschickt oder zu Ihnen gesagt: *„Ich empfehle Ihnen: Überlegen Sie sich das mit dem Auto noch einmal. Wenn Sie es wirklich haben wollen, unterhalten wir uns über den Preis und wie Sie es haben können.“*

Mit jedem Tag nach der Probefahrt (und bei jedem anderen Verkaufsgespräch) sinkt die Verkaufschance des Verkäufers drastisch. Die emotionale Bindung an den Kauf geht aus Kundensicht zurück. Der Kunde ist dazu geneigt, unsicher zu werden oder das Budget noch einmal neu zu überdenken.

Der Verkauf würde dem Zufall überlassen bleiben.

Sind Sie schon einmal von einem Telefon-Verkäufer angerufen worden?

Fragen Sie sich bitte:

„Wann wollte Ihnen dieser etwas verkaufen?“

Es war mit Sicherheit während des Telefonats - sofern er Ihr Interesse wecken konnte.

Stellen Sie sich vor, er hätte Sie über sein Produkt informiert und ohne große Worte oder Abschlussfrage das Gespräch einfach beendet. Das wäre sonderbar gewesen, nicht wahr?

Nächste Frage: Wenn Sie zu einem Autoverkäufer oder einem Händler gehen, was erwarten Sie von diesem? Natürlich, dass er Ihnen etwas verkaufen möchte. **Was erwarten Sie** von einem Telefonverkäufer?

Richtig: **Einen Verkauf!**

Ein Fehler, den viele Networker gerade zu Beginn häufig machen, ist, dass Sie viel zu oft auf den Verkauf oder eine Einschreibung verzichten und Ihren Interessenten ohne große Worte wieder nach Hause schicken. Allzu oft fehlt die entscheidende Abschlussfrage.

Wann ist der beste Zeitpunkt, um einen Interessenten in das Geschäft einzuschreiben?

Der beste Zeitpunkt ist der, wenn der Interessent Ihnen gegenüber sitzt und von den Geschäftschancen, die sich ihm eröffnen, begeistert ist.

Wann ist der beste Zeitpunkt für einen Verkauf?

Der beste Zeitpunkt ist der, wenn der Kunde Ihr Produkt in den Händen hält, die Vorteile kennt bzw. den Nutzen des Produkts spüren kann.

Doch wie macht man einen Abschluss?

Fragen Sie Ihren Interessenten einfach:



Profi-Tipps

„Mehr Kunden, mehr Geschäftspartner ... Dank dem Abschluss“

von André Göttler

**„Wollen wir das jetzt so machen?“ bzw.
„Möchten Sie das Produkt kaufen?“**

So einfach? Ja, so einfach.

Nächste Woche gibt es den zweiten Teil zum Thema Abschluss. Ich wünsche Ihnen weiterhin alles Gute und vor allem eins:

Viel Erfolg in Ihrem Network Marketing
Geschäft,

Ihr André Göttler

Weitere Unterstützung für den Aufbau Ihres
Network-Marketing Geschäfts finden Sie unter:

<http://www.go-diamond.net>