

7 „Gesprächsphasen“

Von der „Kontaktaufnahme“ zur
„Messe-Nacharbeit“

Erste Phase: Aufnahme des Kontaktes und Begrüßung

„Kann ich Ihnen helfen?“

Bild: entfernt

Alternativen:

Was kann ich für Sie tun?

Wie kann ich Ihnen weiterhelfen?

Oder:

Ich sehe, Sie interessieren sich für unser

Zweite Phase: die Ermittlung des Kundenwunsches

**Keep
It
Short and
Simple**

Bild: entfernt

Kurze und präzise Fragen

Achten Sie auf Verständlichkeit

Zeigen Sie ernsthaftes Interesse

Zweite Phase: die Ermittlung des Kundenwunsches

**Keep
It
Short and
Simple**

**Freundlichkeit
Rapport**

Bild: entfernt

Kurze und präzise Fragen

Achten Sie auf Verständlichkeit

Zeigen Sie ernsthaftes Interesse

Welche Informationen benötigen Sie um Ihre Produkte, Dienstleistungen optimal präsentieren zu können?

Welche Erfahrungen hat Ihr Besucher ?

Auf was legt der Besucher besonderen Wert ?

wer,

was,

wie,

Bild: entfernt

wann,

wieso,

weshalb

Formulieren Sie im Vorfeld der Messe
konkrete offene Fragen zur
Bedarfsermittlung:

Bild: entfernt

Zeigen Sie, dass Sie verstanden haben:

Rückmeldungen,

Wiederholungen

Bild: entfernt

**Achten Sie auf Signale
der Körpersprache**

Bild:Körpersprache
entfernt

Dritte Phase: Vorstellung ihrer Produkte, ihre Dienstleistungen als ideale Lösung für den Kunden

Bild:Puzzle entfernt

Gehen Sie auf die Aspekte ein, die für den Kunden von besonderem Interesse sind.

Übersetzen Sie alles in die Kunden-Nutzensprache. **INDIVIDUELL**

Bild: entfernt

Stimulanz Dominanz

Bild: entfernt

Balance

Sprechen Sie in einer Bildsprache

Binden Sie den Besucher aktiv ein

Zitieren Sie
zufriedene Kunden

Bild: entfernt

Markieren Sie im Prospekt (Name, Tel)

Bild: Prospekt
entfernt

M.Muster
0611 445783

Fragen Sie den
Besucher nach
seiner Meinung

Vierte Phase: Kaufinteresse, Kaufsignale und Einwände des Besuchers

Neben eindeutigen **sprachlichen** Signalen auch auf
non verbale Signale achten.

Bild: entfernt

Bild: entfernt

Beispiele für körpersprachliche Kaufsignale

Mehrmaliges Kopfnicken

Lächeln

Zuneigung ist ebenfalls ein kleines Kaufsignal.

Produkt in die Hand nehmen

Mit welchen Einwänden rechnen Sie?

Arten der Einwandbehandlung:

Vorwegnahme

Den „Einwand“ selber ansprechen - **VORSICHT**

Zurückstellen

Darauf hinweisen, dass Sie später darauf zurückkommen –

NOTIEREN

Plus-Minus Technik

Fundiertes und **STICHHALTIGES** Gegenüberstellen von Argumenten

Fünfte Phase: Abschluss - gebunden an Ihr Messeziel

Kaufabschluss

Terminvereinbarung

Eventuell provisorischer **Termin**

Bild: entfernt

Sechste Phase : Kaufbestätigung, Verabschiedung

Positives Gefühl

Begleiten Sie den Besucher

Bild: entfernt

Siebte Phase : Nach der Messe

Bild: entfernt