

(Pdf free) Nutzen bieten - Kunden gewinnen

## Nutzen bieten - Kunden gewinnen

Von Horst Rckle

ebooks | Download PDF | \*ePub | DOC | audiobook



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #1309868 in BcherVerffentlicht am: 2002-10Einband: Taschenbuch128  
Seiten | File size: 78.Mb

**Von Horst Rckle : Nutzen bieten - Kunden gewinnen** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Nutzen bieten - Kunden gewinnen:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr zufriedenstellendVon Tim SchneiderDas Buch wurde zum frhsten Termin geliefert und war in einem Top Zustand. Es war gut fr die Recherche in dem Themengebiet geeignet.

Kurzbeschreibung Menschen kaufen keine Produkte, Menschen kaufen Nutzen! Sie können als Verkäufer noch so hervorragende Produkte anbieten und diese noch so detailliert beschreiben - erfolgreich verkaufen Sie erst, wenn Sie Ihrem Kunden einen Nutzen bieten, der seinen Bedürfnissen entspricht. Dieses Buch führt Sie Schritt für Schritt zur erfolgreichen Nutzenargumentation. Lesen Sie, wo Kaufmotive verborgen liegen und wie Sie Ihrem Kunden passenden Nutzen vermitteln, indem Sie aus Ungewohntem Gewohntes und aus Ungewolltem Gewolltes machen. Schon bald werden Sie Spaß an dieser erfolgreichen Argumentation haben. Mit Internet-Workshop: - b@w-Workshop zum Buch als persönliches Feedback und Training - Interessante Kontakte via Foren und Mail - Business Community mit vielen Services und Informationen - direkter Kontakt zum Autor über den Autor und weitere Mitwirkende Horst Rckle kommt aus der betrieblichen Praxis. Er ist gelernter Bankkaufmann und war mehrere Jahre kaufmännischer Leiter in mittelständischen Bauunternehmen, später Gebietsverkaufsleiter eines Dienstleistungsunternehmens. 1970 gründete er sein inzwischen renommiertes Beratungsunternehmen hr TEAM, das europaweit mehr als 65 Mitarbeiter beschäftigt. Seine Schwerpunkte liegen im Verkauf, Coaching und in der Unternehmensentwicklung. Horst Rckle ist Autor mehrerer Bücher, Dozent an verschiedenen Universitäten und Fachhochschulen und häufiger Gast in Radio- und Fernsehsendungen. Leseprobe. Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Rechteinhaber. Alle Rechte vorbehalten. Vorwort "Jede Praxis ist zunächst Theorie es gibt keinen Weg von der Praxis zur Theorie." (Albert Einstein) Zwar lehrt die Bibel, dass der Glaube Berge versetzt, aber wer kann schon so kraftvoll glauben? Für die meisten Menschen haben die Götter vor den Erfolg den Schweiß gesetzt. Mit Glauben und Wollen allein, ohne Potenz, ohne Fähigkeiten und Fertigkeiten, ohne Werkzeuge können Sie dauerhaften Erfolg nicht erreichen. Glaube und Wollen helfen nur, wenn auch die notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten nutzbar sind. Das können auch noch so gute Motivationstrainer nicht ändern. Sie können Ihnen Mut machen, aktiv zu werden, um erfolgreicher zu sein. Sie können Sie unterhaltsam auf den Weg schicken. Mit dem Wunsch allein, etwas zu erreichen, auch mit einem Ziel, ist jedoch noch kein Erfolg versprechender Schritt getan. Schritte in Richtung Erfolg brauchen zielgerichtete Aktivität. Diese wird erst mit den jeweils richtigen Werkzeugen möglich. Als ich vor 35 Jahren meine eigenen Verkaufsgespräche auf Tonband aufzeichnete und analysierte, beobachtete ich, dass meine Kunden kaum positiv reagierten, wenn ich nur Produktmerkmale aufzählte. Sie reagierten aber dann mit Interesse und positiven Entscheidungssignalen, wenn ich bei den aus den Merkmalen resultierenden Produktnutzen sprach. Da nicht jedes Mal positive Reaktionen zustande kamen, versuchte ich den Grund herauszufinden. Ich merkte, dass ich dann erfolglos war, wenn ich zwar Nutzen genannt hatte, aber nicht den Nutzen, den der Partner erwartete, der seinen Motiven entsprach. So systematisierte ich meine Vorgehensweise und fand sieben Motive und eine diese Motive aktivierende motivspezifische Nutzenargumentation. Besonders leicht fiel mir die ausführliche und situativ passende Nutzenargumentation in meinen Verkaufsgesprächen, nachdem ich die Formulierung des Nutzens in der kürzestmöglichen Form, mit drei Worten, auswendig gelernt hatte. Zu den wichtigen Alleinstellungsmerkmalen des von mir vertretenen Unternehmens und des Produkts hatte ich jeweils ein Verb und ein beim Kunden positiv zu veränderndes Merkmal hinzugefügt. Mit dieser von mir "Drei-Wort-Technik" genannten Kurzargumentation konnte ich beim jeweiligen Partner individuell ausführlicher argumentieren. Ohne das Wissen um psychologische Gesetzmäßigkeiten und neurologische Vorgänge im Gehirn und ohne entsprechende Werkzeuge zu beherrschen, wäre ich in meiner Argumentation nicht erfolgreich weitergekommen. Allen denjenigen, die nach Motivationsseminaren oder aus eigener Unzufriedenheit heraus Sehnsucht nach Erfolg verspüren und als Verkäufer treue Kunden oder mehr Kunden wollen, mag dieses Buch wichtige Werkzeuge der Nutzenstiftung und der Nutzenargumentation liefern. Denn Menschen kaufen kein Produkt, sie kaufen individuellen Nutzen. Dieses Buches hilft denjenigen, die begriffen haben, dass sie zum Erfolg neben der Unzufriedenheit mit ihrer aktuellen Situation, dem Wunsch, mehr zu erreichen, dem Ziel, dem Glauben an die Machbarkeit, der Motivation und dem Antrieb, ihren Kunden Nutzen zu bieten, auch Handwerkszeug brauchen. Es hilft auch denjenigen, die aus der Erfahrung anderer lernen wollen, was ihnen selbst auf ihrem Weg zum Erfolg weiterhelfen kann. Horst Rckle