

# Power Sales AG

## Grundlagen des Verkäufers – entscheidend für den Verkaufserfolg

Power Sales AG  
Sihlbruggstrasse 140  
6342 Baar 2

[www.power-sales.ch](http://www.power-sales.ch)

041 766 90 22

[william.frenzel@power-sales.ch](mailto:william.frenzel@power-sales.ch)

---

# Erfolgskiller.

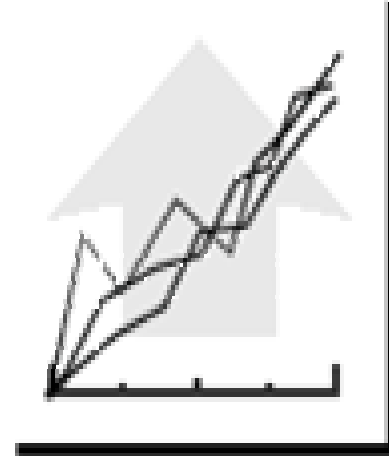
---

- Markt schlecht
  - Konkurrenz zu stark
  - Unsere Preise zu hoch
  - Lausige Preise der Konkurrenz
  - Lausiger Support
  - Zuviel Admin
  - Keine Zeit
  - Keine Lust
  - Etc.
- Widerstände wohin man sieht, aber:  
wo soll der Erfolg denn herkommen? **Von uns!**

# Erfolgsfaktoren.

---

- **Emotionen**
- **Begeisterung**
- **Haltung**
- **Stolz**
- **Kämpfen**
- **Dienstleistung**
- **Beziehungen, kurzfristig, langfristig**
- **Wie viele NEIN überstehen wir?**
- **Akquisition**
- **Strategie**
- **Sense of urgency**



# Emotionen wecken Begeisterung.

---

- **Emotionen und Begeisterung**
  - Sind wir begeistert von dem, was wir tun?
  - Ist Ihr Kunde begeistert von dem, was wir tun?
  - Begeistern wir Ihren Kunden?
  - Setzen wir Emotionen ein?
  - Weiss unser Kunde, dass wir unbedingt gewinnen wollen?
  - Wissen wir, was unser Kunde will?
- **Softfaktoren**
  - Den Kunden wirklich verstehen
  - Die Sprache des Kunden reden
  - Haltung
  - Auftreten
  - Freudlichkeit

# Aufrecht, Blick geradeaus. Den Kunden im Fokus.

---

- **Haltung, Stolz und Kampf**
  - Verkaufen ist eine Grundhaltung
  - Sind wir stolz bei unserer Firma zu arbeiten?
    - strahlen wir das auch aus?
  - Kämpfen wir um jeden Deal?  
Wirklich?
  - Wann geben wir auf?
  - Geschärfte Aufmerksamkeit ausserhalb der Arbeitszeit

# Dienstleistung.

---

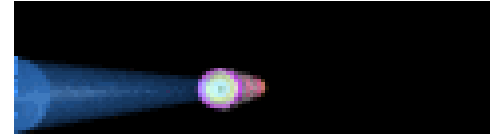
- Dienen
- Leisten
  - Tun wir das?
  - Für unsere Kunden?
  - Immer?

# Vertrauen ist alles. Wissen bei wem man kauft.

---

- **Beziehungen, kurzfristig, langfristig**
  - Wir haben Zeit zwischen den Geschäften
    - nehmen wir uns diese, um Beziehungen zu pflegen
  - Wenn jemand neu sind, kann er/sie in kürzester Zeit eine Beziehung aufbauen, z. B. in 2 Minuten am Telefon?
  - Bekommen wir die Infos, die wir brauchen oder wissen wir nicht, dass wir gerade einen Deal verlieren und warum?
- Den Kunden im Griff haben und Know How dazu haben
  - Standard → Emotionen und Beziehungen, Basis Know How
  - Spezialitäten → Fantasie, Emotionen und technische Raffinesse

# Akquisition.



- Es war einmal...
  - ...ein Verkäufer, der am Montag Nachmittag und am Freitag Morgen Kunden angerufen hat, um seine Beratung anzubieten – als Marktführer und erst noch kostenlos
  - Es macht einen Unterschied sich um den Kunden zu bemühen, wir kalt zu akquirieren. Kunden schätzen das!

# Nein.

---

- Der Kunde:  
Nein, Sie sind zu teuer! Die Konkurrenz ist 10% günstiger und nimmt erst noch WIR
  - Oh je!
- Wir:  
Sehr schade. Leider können wir nichts mehr tun. Vielleicht klappt es ja ein andermal. Und wieder sind ist ein Kunde weg
- Oder:  
Wir wollen dieses Geschäft. Was meinen Sie, was ist zu tun?

# Sense of urgency (in everything we do).

---



- *There is a sense of urgency in everything we do...*
- Wir sind sensibilisiert für die Dringlichkeit in allem was wir tun...

Langfristig → Strategisches Geschäft

Kurzfristig → Taktisch. Geschäft

## **Kurzfristig**

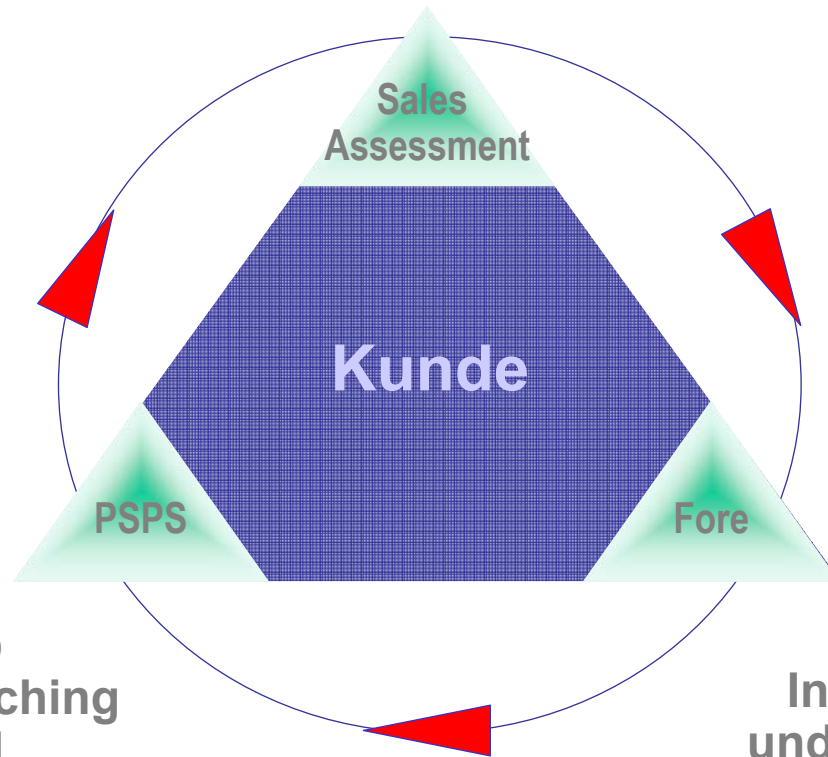
- Tagesgeschäft
- Laufende Projekte
- Projektorientiertes Verhalten
- Business von Heute

## **Langfristig**

- Grosskunden
- Kommende Projekte
- Beratung
- Beziehungen
- Marktanteile
- Business von Morgen!

# Power Sales – Consulting und Umsetzung

## Consulting



PSPS  
Power Sales  
Problem Solving  
System

Fore  
focus on revenue

# Methodik des Wachstums





- Problemlösungsprozess in 8 Schritten
  - Identifikation des Problems
  - Analyse
  - Sofortmassnahmen
  - Lösungen erarbeiten, bewerten und vorschlagen
  - Selektierung und Planung der Lösungen
  - Umsetzen der Lösungen
  - Auswerten des Erfolges
  - Im Unternehmen standardisieren
- Praktisch, analytisch, brauchbar, funktioniert

# Praktisch umgesetzt - Beispiel

Sofort-  
massnahmen

Thema: Preise und Margen

Power Sales Hotline

Vorbereitungen  
mit Mgmt.

Führung und Mgmt  
Workshops/Ausbildung

**Selling@Kunde**

Bestehende Verkäufer  
hauptsächlich  
Preise, Margen,  
Abschluss

**Befähigung  
VI's**  
Gezieltes  
Coaching  
der einzelnen  
Mitarbeiter  
im Verkauf  
(vor allem  
jüngere Verkäufer  
oder  
solche, die sich  
verbessern  
müssen

Erfolge  
realisieren

Preise und Marge verbessern