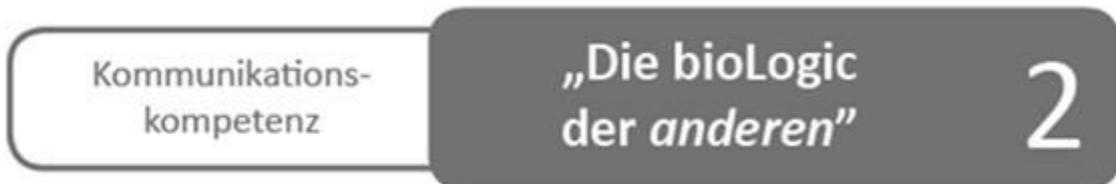


bioLogic®

DER MENSCH IM MITTELPUNKT



BIOLOGIC® MODULE



MODUL SALES – EMOTIONALES VERKAUFEN

**„Verkaufen heißt, dem Käufer behilflich zu sein,
mit der Ware eine positive Vorstellung zu verbinden.“**

Helmar Nahr,
deutscher Mathematiker und Wirtschaftswissenschaftler

Dauer: 2 Schulungstage (à 7 – 8 Stunden)

Teilnehmerzahl: 5 – 15 Teilnehmer

Lehrmittel: Workbook „Modul S – Emotionales Verkaufen“
bioGram®-Namensschild
Inlet: Praxisleitfaden zum emotionalen Verkauf
Teilnehmerurkunde

Themengebiete: Warum das klassische Verkaufen überholt ist
So funktioniert das emotionale Verkaufen mit der bioLogic®
Grundlagen-Wissen zur bioLogic® (Wiederholung)
Hersteller- und Produktanalyse nach bioLogic®
Kaufmotive: Was bewegt welchen Kunden zum Kauf?
Verkaufsprozess nach bioLogic®
Die Psychologie der Vertrauensbildung
Die Argumentation gemäß bioLogic®
Die „Verpackung“ gemäß bioLogic®
Einwandbehandlung und die bioLogic
Umgang mit Preiseinwänden („zu teuer“)
After Sales: Kundenbetreuung & Kundenbindung
After Sales: Reklamations-Management



MODUL SALES – EMOTIONALES VERKAUFEN

Setzen Sie die bioLogic® gezielt im Verkauf ein und lernen Sie:

- **Kaufmotive** erkennen und gezielt ansprechen
- Definition und **Segmentierung** von **Zielgruppen**
- **Optimierung** der **Unternehmenskommunikation**
- Die Funktionsweise des **emotionalen Verkaufens**
- **Verkaufsprozesse steuern**
- **Optimieren** Sie die Wirkung Ihrer **Marketing**-Aktivitäten!
- Erhöhen Sie die **Wiedererkennung** Ihrer **Marke!**
- Steigern Sie **Umsatz, Rendite** und **Abschlusskompetenz!**

Einstellungs-Ziele Modul S

- ✓ Die bioLogic® setzt eine **positive Grundhaltung** dem **Kunden** gegenüber voraus
- ✓ **Akzeptanz** für die **Individualität** und Andersartigkeit von Kunden fördern im Sinne des Grundsatzes „Ich bin okay – Du bist okay“
- ✓ Grundlegendes Verständnis, dass **Meinungen** und **Einstellungen** eines jeden Kunden höchst **subjektiv** sind, weil jeder die Dinge durch seine Brille sieht
- ✓ **Offenheit** für **neue Wege im Umgang mit Kunden**, die anders ticken als man selbst
- ✓ Die Nutzung der bioLogic® zur Erreichung eigener **Verkaufsziele** muss immer zu einem **win-win** führen

Wissens-Ziele Modul S

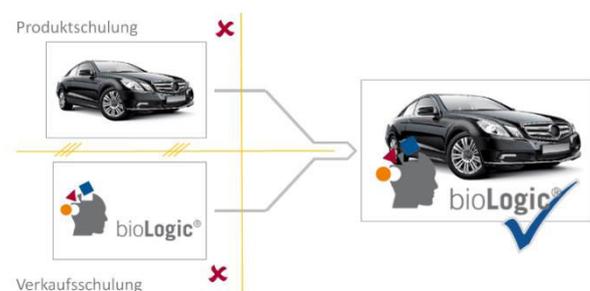
- ✓ **Grenzen** des **klassischen Verkaufs** erkennen
- ✓ Wissen was **emotionales Verkaufen** ist und die **Vorgehensweise** beim emotionalen Verkaufen nach der bioLogic®
- ✓ Die Bedeutung der **Hersteller- und Produktanalyse** nach der bioLogic® erkennen
- ✓ **Kaufmotive** für die drei bioLogic®-Grundtypen
- ✓ bioLogic®-gerechte Durchführung des **Verkaufsprozesses** und Gestaltung des **After Sales**

Was das Seminar nicht leisten kann: eine exakte Gebrauchsanleitung, mit der man jeden **Menschen zum Kauf „verführen“** kann



MODUL SALES – EMOTIONALES VERKAUFEN - BEISPIELHAFTE AUSSCHNITTE

bioLogic® - Emotional Verkaufen



- Produktschulung und Verkaufsschulung **getrennt** macht keinen Sinn; denn „etwas“ Produktinformation und „etwas“ bioLogic® reicht nicht mehr aus, um einen Verkaufserfolg zu erzielen
- die beiden Welten werden deswegen zu einem komplexen Themengebiet zusammen geführt, einem **Verkaufseitfad**, der die Produkteigenschaften auf bioLogisch erklärt – und den Verkaufserfolg wesentlich erhöht.

www.my-biologic.com

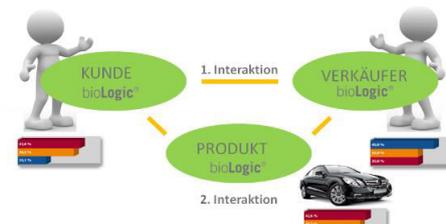
Das Grundprinzip des bioLogic® Sales Moduls ist die **Kombination** der **Produktschulung** der Käufer – also speziell die Nutzenargumentation der Produkte – mit der **Schulung** der **bioLogic®** spezifischen Inhalte. Durch die Kombination dieser beiden Schulungseinheiten ist der **maximale Wissensgewinn** gegeben, welcher die Erkenntnisse **pragmatisch** im **Verkaufsalltag** verankert.

bioLogic® - Emotional Verkaufen
 Was bedeutet „emotional“ zu verkaufen?

- Der „klassische“ Verkauf beruht auf einem standardisierten, angelernten Verkaufsprozedere und –Schema, das wie ein Korsett angeeignet und wiedergegeben werden musste.
- **Emotionales** Verkaufen heißt ganz einfach:
 1. die eigene bioLogic® auszuschalten
 2. die bioLogic® des Produkts kennen
 3. die bioLogic® des Kunden richtig zu erkennen
 4. in der Verkaufssituation die bioLogic® des Kunden mit jener des Produkts anzupassen und auf diese Konstellation eingehen zu können

Der Verkaufsprozess wird um eine Dimension erweitert:

Verkaufsmethodik von Heute.



www.my-biologic.com

Ein weiteres essentielles Element des Verkaufens mit der bioLogic® ist die Erweiterung des klassischen Verkaufsprozesses um das Element „**Produkt**“. Wo herkömmliche Seminare den Fokus nur auf die Kommunikation zwischen Käufer und Verkäufer legen vermittelt die bioLogic® auch den **Charakter des Produktes** und dessen Einflusses auf den modernen Verkauf.

MODUL SALES – EMOTIONALES VERKAUFEN - BEISPIELHAFTHE AUSSCHNITTE

bioLogic® - Emotional Verkaufen
Der Auslöser für den Verkaufsprozess

„Trigger“ / Auslöser für einen Verkaufsprozess gemäß der bioLogic® oder: Wann und wie bahnt der einzelne Kunde gemäß seiner bioLogic® einen Verkaufsprozess an, die Motivatoren:



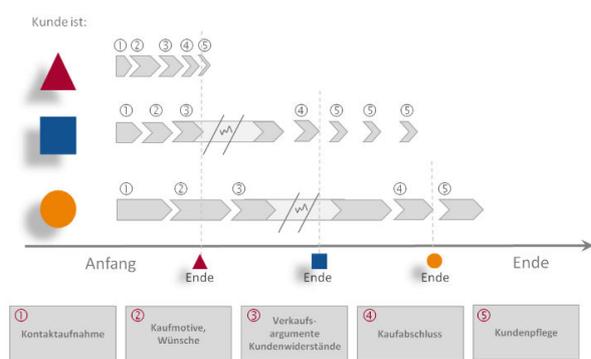
NEUGIER BEDARF IMPULS

www.my-biologic.com

Entscheidend für die persönlichkeitsorientierte **Verkaufsargumentation** nach bioLogic® ist das Erkennen der **individuellen Kaufmotive** und Bedürfnisse. Diese **Trigger** werden detailliert mit den Teilnehmern beleuchtet und **analysiert**. Auch die angemessene **Dauer des Verkaufsprozesses variiert** je nach **Kundentyp**

bioLogic® - Emotional Verkaufen
Die Dauer des Verkaufsprozesses

Bedeutung der einzelnen Phasen des Verkaufsgesprächs nach bioLogic® des Kunden



Kunde ist:

1 2 3 4 5

1 2 3 4 5 5 5

1 2 3 4 5

Anfang Ende Ende Ende Ende

① Kontaktaufnahme ② Kaufmotive, Wünsche ③ Verkaufsargumente, Kundenwiderstände ④ Kaufabschluss ⑤ Kundenpflege

www.my-biologic.com

der dem Verkäufer gegenübersteht. Das Wissen um diese Eigenheiten hilft dem Verkäufer den Verkauf nicht nur erfolgreicher, sondern auch deutlich **effizienter** zu gestalten. Und genau diese **Kombination** aus **Effektivität** und **Effizienz** ist der **Anspruch der bioLogic®**.

MODUL SALES – EMOTIONALES VERKAUFEN

Erkenntnisse nach dem Seminar „Modul S – Emotionales Verkaufen“:

- ✓ Das **klassische Verkaufen** ist **überholt**, da Kunden sich nicht mehr von standardisierten Argumentationsmustern überreden lassen wollen
- ✓ Emotionales Verkaufen berücksichtigt die **Emotionalität** auf den **Ebenen „Kaufauslöser“, Kommunikation, Verkäufer und Produkte**
- ✓ Der **Verkaufserfolg** mit der bioLogic® beruht auf den **vier Säulen**: bioLogic® des Kunden erkennen, eigene bioLogic® mit der des Kunden abgleichen, bioLogic® des Produkts kennen und Passung zwischen bioLogic® des Produkts und des Kunden herstellen
- ✓ Das Verkaufen mit der bioLogic® führt zur **Individualisierung** der **Kundenansprache**, weil dadurch drei Werkzeugkisten anstatt einer zur Verfügung stehen
- ✓ Die bioLogic® des Produkts und des Herstellers ermöglichen eine weitere **Differenzierung** der **Verkaufsargumentation**.
- ✓ Jeder bioLogic®-Grundtyp hat **spezielle Kaufmotive** (Kaufauslöser), die **aus der Persönlichkeitsstruktur** resultieren
- ✓ Beim Verkaufsprozess sollten **Vertrauensbildung** und **Bedarfsermittlung** die **Schwerpunkt-Phasen** sein.
- ✓ Beim Kontaktaufbau sind „**Vertrauen gewinnen**“ und „**Gemeinsamkeiten und Ähnlichkeiten finden**“ die **psychologischen Wirkhebel**.
- ✓ Die bioLogic®-gerechte **Bedarfsanalyse, Präsentation** und **Einwandbehandlung** sind die zentralen Werkzeuge, mit denen bei jedem Kunden, egal mit welcher Persönlichkeitsstruktur, die Weichen auf „Abschluss“ gestellt werden