

DEIN VERKAUFS-NAVI

DER KURS-BEGLEITER

Souverän vom ersten Hallo bis zum Ja

Für Verkaufsgespräche, die sich gut anfühlen – für dich und deinen Kunden.

3 MODULE · 8 LEKTIONEN · ALLE ARBEITSBLÄTTER

DEINE ROUTE DURCH JEDES GESPRÄCH

Haltung



Vorbereitung



Verstehen



Angebot



Preis



Einwand



Abschluss

MODUL 1

Deine innere Haltung

- > Erkenne deinen Wert
- > Vorbereitung
- > In Verkaufslaune kommen

MODUL 2

Das Gespräch führen

- > Gesprächseinstieg & Bedarfsermittlung
- > Angebot präsentieren

MODUL 3

Abschluss & Preis

- > Preis selbstbewusst nennen
- > Einwände souverän
- > Den Abschluss machen

Dieser Kurs-Begleiter führt dich durch alle drei Module.

Lies den Theorieteil, füll die Arbeitsblätter aus und wende es direkt in deinen nächsten Verkaufsgesprächen an. Jede Lektion bringt dich einen Schritt weiter.

DAZU GEHÖRT DEIN PRAXIS-WORKBOOK

Zu diesem Kurs-Begleiter gehört dein Praxis-Workbook „MEIN VERKAUFS-NAVI“. Dort überträgst du das Gelernte auf dein eigenes Angebot und deine echten Verkaufsgespräche.

CHRISTINABODENDIECK.DE

VOR DEM START

Selbstdiagnose: Wo drückt der Schuh?

Bevor wir starten – ein ehrlicher Blick. Unterschiedliche Menschen haben unterschiedliche Stolpersteine im Verkauf. Finde heraus, welche Lektionen für dich zuerst relevant sind.

Das erkenne ich bei mir	Trifft zu	Manchmal
Ich zögere, meinen Preis direkt und klar zu nennen.	☐	☐
Ich habe Angst, als aufdringlich wahrgenommen zu werden.	☐	☐
Wenn ein Kunde „Nein“ sagt, fühlt es sich persönlich an.	☐	☐
Ich erkläre zu viel über mein Angebot, bevor ich den Bedarf kenne.	☐	☐
Bei Einwänden werde ich unsicher und gebe zu schnell nach.	☐	☐
Ich versäume es, am Ende konkret nach dem Abschluss zu fragen.	☐	☐
Ich gehe schlecht vorbereitet in Gespräche.	☐	☐

WAS DEINE ANTWORTEN ZEIGEN

Zeilen 1–3 → Modul 1 ist dein Startpunkt. Deine innere Haltung braucht Aufmerksamkeit.

Zeilen 4–5 → Modul 2 bringt dir sofort Klarheit für Gespräch und Bedarfsermittlung.

Zeilen 5–6 → Modul 3 ist dein Schlüssel. Einwände und Abschluss.

DEIN STARTWERT

Wie sicher fühlst du dich aktuell in Verkaufsgesprächen? 1 = sehr unsicher · 10 = absolut souverän

Mein Startwert: _____ / 10

Merke dir diese Zahl. Am Ende dieses Begleiters schauen wir, was sich verändert hat.

MEIN PERSÖNLICHES ZIEL FÜR DIESEN KURS

Was will ich nach diesem Kurs können, das ich heute noch nicht sicher kann?

Mein konkretes Produkt / Angebot, mit dem ich übe:

z.B. Coaching-Paket, Strategietag, Online-Kurs ...

MODUL 1

Deine innere Haltung zum Verkauf

- 1 Erkenne deinen Wert & werde Lösungsanbieter
- 2 Bereite dich vor – das A und O jedes guten Gesprächs
- 3 Bringe dich in Verkaufslaune – emotional & authentisch



MODUL 1 · LEKTION 1

Erkenne deinen Wert & werde Lösungsanbieter

Wie geht es dir, wenn du an deine Verkaufsgespräche denkst? Macht es dir Spaß, mit deinen Kunden im Kontakt zu sein – oder bist du eher zurückhaltend und möchtest am liebsten nur beraten?

WARUM FÄLLT VERKAUFEN OFT SCHWER?

Da ist die ganz natürliche Angst vor Ablehnung. Und dazu gesellt sich die Angst, als aufdringlich wahrgenommen zu werden.

Wenn dein Kunde sich nicht für dich entscheidet, ist das keine persönliche Ablehnung.

Es kann viele Gründe geben: fehlende Informationen, Budget, Timing, eine mitentscheidende Person oder andere Prioritäten.

WAS DU IM VERKAUFSPROZESS WIRKLICH MACHST

- Du löst konkrete Herausforderungen deiner Kunden durch dein Angebot.
- Du spürst diese Kunden auf und sprichst sie an.
- Du fragst, wie interessant dein Angebot für sie ist.
- Du zeigst, wie sie durch die Annahme deines Angebots profitieren.
- Du bist der Lösungsanbieter – nicht der Verkäufer.

PRAXISTIPP

Stell dir intensiv vor, wie du ein erfolgreiches Gespräch mit deinem Kunden führst. Durch positive Selbsterwartung konzentrierst du dich mehr auf Erfolge als auf Fehlschläge – das wirkt.

ARBEITSBLATT: 25 GRÜNDE, WARUM EINE ZUSAMMENARBEIT MIT DIR FÜR DEINEN KUNDEN WERTVOLL SEIN KANN

Schreib drauflos. Markiere danach die 5 wichtigsten. Schau sie dir vor jedem Gespräch an.

1		2	
3		4	
5		6	
7		8	
9		10	
11		12	

MODUL 1 · LEKTION 1 – FORTSETZUNG

25 Gründe – Fortsetzung

13		14	
15		16	
17		18	
19		20	
21		22	
23		24	
25			

Deine Top 5: Markiere die 5 wichtigsten Gründe oben fett. Häng die Liste sichtbar auf – schau sie dir vor jedem Gespräch an.

MEIN STÄRKSTER SATZ VOR JEDEM VERKAUFGESPRÄCH

„Ich muss niemanden überzeugen. Meine Aufgabe ist es herauszufinden, ob und wie ich diesem Menschen helfen kann.“

MODUL 1 · LEKTION 2

Bereite dich vor

Das A und O erfolgreicher Verkaufsgespräche ist eine gute Vorbereitung. Du bringst dich damit auf Augenhöhe mit deinem Kunden. Wer kalt ins Gespräch startet, macht es sich unnötig schwer.

SO BEREITEST DU DICH VOR

- 1 Recherchiere deinen Gesprächspartner**
Tagespresse, LinkedIn, Fachportale – was beschäftigt ihn gerade? So hast du sofort einen Anknüpfungspunkt und zeigst echtes Interesse.
- 2 Kläre seine Ausgangssituation**
Vor welchen Herausforderungen könnte er stehen? Wie kannst du ihn am besten abholen? Das lenkt deine Aufmerksamkeit weg vom Produkt – hin zum Kunden.
- 3 Sprich mit der Entscheiderin**
Vergewissere dich, dass du mit der richtigen Person sprichst. Wer entscheidet über das Budget? Frag direkt – ohne Konjunktiv.

ARBEITSBLATT: MEIN GESPRÄCHSPARTNER

1. Wer ist mein Gesprächspartner? (Name, Rolle, Unternehmen)

2. Was beschäftigt ihn gerade? (Recherche-Ergebnis)

3. Was vermute ich aufgrund meiner Recherche?

4. Was möchte ich im Gespräch überprüfen, statt vorauszusetzen?

PRAXISTIPP

Wenn du in einem Unternehmen anrufst: Frag direkt und ohne Konjunktiv – „Wer ist verantwortlich für [Bereich]?“
Lass dir Vor- und Nachnamen geben. Du willst mit dem Bäcker sprechen, nicht mit dem Brötchen.

MODUL 1 · LEKTION 3

Bringe dich in Verkaufslaune

„Verkaufserfolge beginnen im Kopf.“ Wenn du gut drauf bist, klappt es auch mit dem Verkauf. Und umgekehrt. Deine Aufgabe: **Kaufgespräche führen, keine Verkaufsgespräche.**

Frag dich nicht: Was kann ich verkaufen? Frag dich: Was kann in diesem Gespräch Positives passieren?

Orientiere dich am Wert, den du für deinen Kunden stiftest – so schwindet die Angst vor dem Verkauf.

DEINE 2-MINUTEN-ROUTINE VOR JEDEM GESPRÄCH

Schließe kurz die Augen und beantworte diese vier Fragen. Immer dieselben, vor jedem Gespräch.

Was möchte ich heute erreichen?

Was möchte ich über meinen Kunden wirklich verstehen?

Welchen Wert kann ich heute bieten?

Mit welcher Haltung gehe ich in das Gespräch?

NACH DEINEM GESPRÄCH

Nutze das Gesprächs-Protokoll in deinem Praxis-Workbook „MEIN VERKAUFS-NAVI“. Dort hältst du nach jedem Gespräch fest, was lief, und erkennst mit der Zeit deine Muster.

MODUL 2

Das Gespräch führen

- 1 Gesprächseinstieg & Bedarfsermittlung – vom Smalltalk zur echten Frage
- 2 Dein Angebot verkaufen – aus der Perspektive des Kunden



MODUL 2 • LEKTION 1

Gesprächseinstieg & Bedarfsermittlung

Viele Verkaufsgespräche laufen noch immer so: Der Verkäufer redet, erzählt wie toll das Produkt ist – und der Kunde kommt darin so gut wie gar nicht vor. Am Ende wundert sich der Verkäufer, dass niemand kauft.

DIE FORMEL: 70/30

70 % spricht dein Kunde. 30 % sprichst du. Wer zuhört, gewinnt.

SCHRITT 1 – SMALLTALK: ATMOSPHERE SCHAFFEN

Der erste Eindruck entscheidet über den weiteren Verlauf. Schaffe eine gute Atmosphäre mit einem kurzen, lockeren Einstieg.

BEISPIEL

„Schön, dass die Sonne heute scheint.“ · „Sie haben einen tollen Blick aus Ihrem Büro.“

Halte Smalltalk kurz. Leite dann zügig zum Anlass über.

SCHRITT 2 – BEDARFSKLÄRUNG: W-FRAGEN EINSETZEN

Finde heraus, wo der Schuh drückt – ohne gleich Lösungen zu präsentieren.

Offene Einstiegsfragen

- Was führt Sie zu mir?
- Wo drückt der Schuh?
- Was beschäftigt Sie aktuell?
- Welche Ziele verfolgen Sie?

Vertiefende Fragen

- Was möchten Sie konkret erreichen?
- Was hat bisher gehindert?
- Welche Resultate sollen entstehen?
- Was stellen Sie sich vor?

Die stärkste Struktur für diese Fragen findest du auf der nächsten Seite: die 4-Fragen-Formel.

MODUL 2 • LEKTION 1

Die 4 Fragen, die dich zur passenden Lösung führen

Vier Fragen in dieser Reihenfolge, und du weißt genau, welchen Teil deines Angebots dein Kunde wirklich braucht. Danach fasst du zusammen. Erst dann kommt dein Angebot.

SO NUTZT DU SIE

Nutze diese Fragen nicht wie eine Checkliste. Höre zu und vertiefe dort, wo etwas für deinen Kunden wichtig wird.

1

HEUTE – WO STEHT DEIN KUNDE?

„Wie sieht Ihre Situation aktuell aus?“

2

HERAUSFORDERUNG – WAS FUNKTIONIERT NICHT?

„Was beschäftigt Sie daran momentan am meisten?“

3

AUSWIRKUNG – WARUM SOLLTE SICH ETWAS ÄNDERN?

„Was bedeutet das für Sie, wenn sich daran in den nächsten Monaten nichts verändert?“

4

ZIEL – WO MÖCHTE DEIN KUNDE HIN?

„Wie sollte es stattdessen idealerweise aussehen?“

SCHRITT 5 – ZUSAMMENFASSEN

„Wenn ich Sie richtig verstanden habe, ist Ihnen also besonders wichtig, dass ...“

Diese kurze Zusammenfassung schafft Vertrauen und zeigt deinem Kunden: Du hast wirklich zugehört.

ARBEITSBLATT: MEINE BEDARFSFRAGEN

Notiere alle Fragen, die du in deinen Gesprächen nutzen willst. Setz dein Logo dazu und gehe damit in deine Gespräche.

Meine individuellen W-Fragen:

Was möchte ich über die Situation meines Kunden herausfinden?

MODUL 2 • LEKTION 2

Dein Angebot – aus Sicht des Kunden

Sobald du weißt, was deinen Kunden beschäftigt, kannst du dein Angebot damit verbinden. Nicht du stehst im Mittelpunkt – dein Kunde und seine Lösung stehen im Mittelpunkt.

So nicht	So besser
„Wir bieten Ihnen den Vorteil XY ...“	„Sie erreichen damit ...“
„Wir haben die besten Erfolge mit ...“	„Sie profitieren dadurch, dass ...“
„Wir bieten das Rundum-Sorglos-Paket ...“	„Sie erhalten genau das, was Sie brauchen, um ...“

STOPP – NOCH NICHT PRÄSENTIEREN

Bevor du dein Angebot erklärst, bau diese Brücke: „**Darf ich kurz zusammenfassen, was ich verstanden habe?**“



Und dann: „**Auf Basis dessen würde ich Ihnen Folgendes empfehlen ...**“ Erst jetzt kommt dein Angebot.

Nicht dein Angebot bestimmt das Gespräch. Der Bedarf bestimmt, welchen Teil deines Angebots du präsentierst.

DIE ÜBERLEITUNG ZU DEINEM ANGEBOT

Beispiel-Formulierung

„Ich habe ein Programm entwickelt, das genau dafür da ist, [konkrete Herausforderung des Kunden aus dem Gespräch] zu lösen und [Ziel des Kunden] zu erreichen.“

„Als erstes klären wir gemeinsam Ihre Ziele – damit Sie den Fokus behalten und schneller vorankommen.“

„Am Ende unserer Zusammenarbeit werden Sie [konkretes Ergebnis].“

MERKE

Auf dieser Seite geht es nur um den Weg zum Angebot: Bedarf zusammenfassen, Angebot empfehlen, Nutzen formulieren. Was du tust, wenn dein Kunde zögert oder Einwände hat, kommt in Modul 3.

DEIN ÜBERGANG

Jetzt wird aus dem Wissen dein persönliches Verkaufs-Navi

Du kennst jetzt die Struktur eines guten Verkaufsgesprächs. Öffne jetzt dein Praxis-Workbook „MEIN VERKAUFS-NAVI“. Dort überträgst du das Gelernte auf dein konkretes Angebot und findest dein 1-Seiten-Navi für echte Gespräche.

SO GEHT ES WEITER

→ Weiter im Praxis-Workbook, Seite 9

Dort baust du Schritt für Schritt dein eigenes Verkaufs-Navi und nimmst es mit in jedes Gespräch.

KURZ ZUR ORIENTIERUNG

Dieser Kurs-Begleiter lehrt und erklärt. Das Praxis-Workbook „MEIN VERKAUFS-NAVI“ ist zum Ausfüllen und Anwenden. Beide gehören zusammen.

MODUL 3

Preis, Einwände & Abschluss

1 Verkaufe deinen Preis selbstbewusst – Wert vor Preis

2 Souveräner Umgang mit Einwänden und Bedenken

3 Führe zur Entscheidung – klar und ohne Druck



MODUL 3 • LEKTION 1

Verkaufe deinen Preis selbstbewusst

Der Preis ist nur ein Aspekt in einer Kaufentscheidung. Bevor ein Kunde kauft, stellt er den Nutzen in Relation zum Preis: Bekomme ich eine entsprechende Gegenleistung für meine Investition?

Es hängt nicht alles am Preis.

Mindestens genauso wichtig ist: Wie stark profitiert der Kunde? Welche Ergebnisse erhält er? Wie helfen diese ihm, seine Ziele zu erreichen?

SO NENNST DU DEINEN PREIS – ZWEI PRINZIPIEN**PRINZIP 1 – PREIS MIT VORTEIL VERBINDEN**

Verbinde deinen Preis immer mit einem konkreten Vorteil für deinen Kunden. Formuliere aus seiner Sicht.

Beispiel: „Für [Betrag] erhalten Sie [konkretes Ergebnis] – und zusätzlich [zweiter Vorteil].“

PRINZIP 2 – SPRACHE DES GEWINNS

Sprich klar über den Preis und verbinde ihn mit dem konkreten Nutzen. Begriffe wie „Investition“ können helfen, wenn sie zu dir, deinem Angebot und deinem Kunden passen.

DIE 3-SCHRITT-PREISFORMEL**1****ERGEBNIS / NUTZEN**

„Damit erreichen Sie ...“

2**INVESTITION**

„Ihre Investition dafür beträgt ...“

SCHRITT 3 – STILLE**Nicht rechtfertigen. Nicht rabattieren. Nicht weiterreden.**

Nenne deinen Preis und dann: Reaktion abwarten. Die Stille gehört jetzt deinem Kunden.

MODUL 3 • LEKTION 1

Arbeitsblatt: Mein Preis – mit Vorteil formuliert

Formuliere deinen Preis dreimal – mit je einem anderen Vorteil. Sprich es laut aus, bevor du es im Gespräch nutzt.

Version 1: Mein Preis + Vorteil A

„Für [Betrag] erhalten Sie ...“

Version 2: Mein Preis + Vorteil B

„Durch [Angebot] investieren Sie [Betrag] und profitieren von ...“

Version 3: Mein Preis + was der Kunde konkret bekommt

PRAXISTIPP

Mach dir den Wert der Zusammenarbeit für deinen Kunden bewusst. Nenne deinen Preis – und schaue deinen Kunden dabei direkt an. Das stärkt deine Glaubwürdigkeit.

MODUL 3 • LEKTION 2

Souveräner Umgang mit Einwänden

Dein Kunde sagt „zu teuer“ – und das Gespräch ist nicht beendet, sondern es beginnt. Deine Aufgabe: herausfinden, wie dein Kunde zu dieser Einschätzung kommt.

Ein Einwand ist zuerst eine Frage – kein Angriff.

Geh ihn in dieser Reihenfolge an:

- 1 Zuhören
- 2 Anerkennen
- 3 Nachfragen
- 4 echten Grund verstehen
- 5 beantworten
- 6 erneut nach Entscheidung fragen

DIE EINWAND-TECHNIK: VERSTEHEN VOR ANTWORTEN

Einwand	Was du fragst	Warum das wirkt
„Das ist mir zu teuer.“	„Mal abgesehen vom Preis – ist das Angebot grundsätzlich interessant für Sie?“	Trennt Preis-Einwand von Interesse-Einwand.
„Dafür haben wir kein Budget.“	„Ist das Budget grundsätzlich nicht vorgesehen oder ist es eine Frage des aktuellen Zeitpunkts?“	Trennt ein echtes Nein vom Timing.
„Wir haben schon einen Partner.“	„Verstehe. Was müsste ein zusätzlicher Partner können, damit ein Gespräch für Sie Sinn ergibt?“	Respektiert die Meinung und öffnet gedanklich.
„Für ein Gespräch habe ich keine Zeit.“	„Ist das Thema grundsätzlich interessant für Sie und gerade nur der Zeitpunkt ungünstig?“	Trennt Interesse vom Timing.

MODUL 3 • LEKTION 2

Zwei Einwände, die du fast sicher hörst

„Das ist mir zu teuer.“*Nicht:* „Aber Sie bekommen dafür ...“**Sondern:** „Verstehe. Darf ich fragen, was genau Sie mit ‚zu teuer‘ meinen?“**„Ich muss darüber nachdenken.“****Deine Antwort:** „Natürlich. Was genau möchten Sie für sich noch klären, bevor Sie eine Entscheidung treffen können?“

Beide Einwände hörst du mit hoher Wahrscheinlichkeit. Übe deine Antwort, bis sie sich für dich natürlich anfühlt.

ARBEITSBLATT: MEINE 5 HÄUFIGSTEN EINWÄNDE

Schreibe die Einwände, die du am häufigsten hörst – und deine Antwort darauf.

Einwand 1 → Meine Antwort:**Einwand 2 → Meine Antwort:****Einwand 3 → Meine Antwort:****Einwand 4 → Meine Antwort:****Einwand 5 → Meine Antwort:**

MODUL 3 • LEKTION 3

Der Abschluss darf sich leicht anfühlen

Der Abschluss muss sich nicht wie Verkaufen anfühlen.

Wenn Bedarf und Lösung passen, ist die Abschlussfrage lediglich der nächste logische Schritt.

DREI VARIANTEN, DIE FUNKTIONIEREN**DIREKT**

„Möchten Sie, dass wir gemeinsam starten?“

SANFT

„Wie fühlt sich diese Lösung für Sie an?“

NÄCHSTER SCHRITT

„Sollen wir direkt den nächsten Schritt festlegen?“

UND DANN?**JA**

Nächsten Schritt verbindlich machen.

NOCH NICHT

Klären, was fehlt. Plus Follow-up-Termin.

NEIN

Respektieren und die Erkenntnis mitnehmen.

ARBEITSBLATT: MEINE ABSCHLUSSFRAGE

Welche Abschlussfrage passt am besten zu mir und meiner Leistung?

MODUL 3 • LEKTION 3

Führe zur Entscheidung

Du hast deine Abschlussfrage. Jetzt geht es darum, den richtigen Moment zu erkennen und danach dranzubleiben. Der Abschluss ist ein fließender Vorgang, wie eine Melodie aus einzelnen Noten.

WANN IST DER RICHTIGE MOMENT?

- Dein Kunde stimmt deinen Argumenten zu – du erkennst es an Kopfnicken.
- Er fragt gezielt nach der weiteren Vorgehensweise oder Lieferdetails.
- Er zieht jemanden zum Gespräch hinzu und trägt dieser Person deine Argumente vor.

Wichtig: Wenn du die Abschlussfrage gestellt hast – bleib dabei. Spring nicht wieder in die Argumentationsphase zurück. Sonst besteht die Gefahr, dass dein Kunde abspringt.

ANGEBOTE NACHFASSEN – SO GEHT'S RICHTIG

- Frag beim Erstgespräch, wann über den Auftrag entschieden wird – und trag es mit 2–3 Tagen Puffer in deinen Kalender.
- Beim Nachfassen: „Trifft mein Angebot Ihren Bedarf?“
- Bei Nein: „Was fehlt, damit Sie sich für mein Angebot entscheiden?“
- Zeitpunkt: 2–4 Tage nach Angebotseingang beim Kunden.

PRAXISTIPP

Trainiere deine Beobachtung. Achte auf das große Ganze – Körpersprache, Gestik, Mimik, was du hörst. Ein einzelner Aspekt sagt wenig. Vertraue deinem Bauchgefühl und stelle die Abschlussfrage. Jede Erfahrung bringt dich einen Schritt weiter.

BONUS • MUSTERGESPRÄCH 1

Ein Gespräch von A bis Z

So klingt es, wenn alles zusammenkommt. Das Beispiel folgt genau der Struktur aus Modul 2: erst verstehen, dann zusammenfassen, dann anbieten.

1 Einstieg

Du: „Schön, dass es geklappt hat. Ich hab Ihren LinkedIn-Post zu [Thema] gelesen. Darf ich gleich zum Punkt kommen?“

2 Situation

Du: „Wie sieht Ihre Situation aktuell aus?“ Kunde: „Wir gewinnen kaum neue Kunden.“

3 Herausforderung

Du: „Was beschäftigt Sie daran am meisten?“ Kunde: „Ich weiß im Gespräch nie, was ich sagen soll.“

4 Auswirkung

Du: „Was bedeutet das für Sie, wenn sich daran in den nächsten Monaten nichts ändert?“ Kunde: „Dann bleibt der Umsatz, wo er ist.“

5 Ziel

Du: „Wie sollte es stattdessen idealerweise aussehen?“ Kunde: „Ich will sicher durch meine Gespräche gehen.“

6 Zusammenfassen

Du: „Wenn ich Sie richtig verstanden habe, ist Ihnen wichtig, sicher durch Gespräche zu gehen und regelmäßig Kunden zu gewinnen. Passt das?“

7 Angebot

Du: „Auf Basis dessen würde ich Ihnen Folgendes empfehlen ... Sie erreichen damit [Ergebnis].“

8 Preis

Du: „Ihre Investition dafür beträgt [Betrag].“ [Stille halten. Reaktion abwarten.]

9 Einwand

Kunde: „Das ist mir zu teuer.“ Du: „Mal abgesehen vom Preis: Passt die Lösung zu dem, was Sie erreichen wollen?“

10 Abschluss

Du: „Möchten Sie, dass wir gemeinsam starten?“ [Pause. Nicht zurück in die Argumentation.]

BONUS · MUSTERGESPRÄCH 2

Und wenn das Gespräch nicht perfekt läuft?

Nicht jedes Gespräch läuft wie im Muster oben. Hier siehst du, wie du ruhig bleibst und trotzdem einen klaren nächsten Schritt vereinbarst – ohne Druck.

1 Der Kunde bremst

Kunde sagt / Du fragst

Kunde: „Ich wollte mich eigentlich nur mal informieren.“

Du: „Sehr gern. Was hat Sie gerade jetzt dazu gebracht, sich zu informieren?“ *[Kein Druck. Du zeigst Interesse und öffnest das Gespräch.]*

2 Weiterfragen

Du fragst

„Und was davon beschäftigt Sie im Moment am meisten?“ *[Der Kunde redet. Du hörst zu. 70 % Redeanteil beim Kunden.]*

€ Preisreaktion

Kunde sagt / Du antwortest

Kunde: „Das ist mehr, als ich gedacht hatte.“

Du: „Verstehe. Mal abgesehen vom Preis: Passt die Lösung zu dem, was Sie erreichen wollen?“

Kunde: „Ja, schon.“

Du: „Dann lassen Sie uns kurz schauen, was genau Sie an der Investition gerade zögern lässt.“

? Der Entscheider fehlt

Kunde sagt / Du antwortest

Kunde: „Ich muss darüber noch mit meinem Geschäftspartner sprechen.“

Du: „Absolut sinnvoll. Was ist Ihrem Partner bei so einer Entscheidung wichtig? Dann gebe ich Ihnen das mit, was er dafür braucht.“

Du: „Wann sprechen Sie mit ihm? Ich halte mir Donnerstag kurz frei, dann telefonieren wir zehn Minuten.“

Kein Druck. Trotzdem ein fester nächster Schritt mit Datum.

Genau so bleibt ein Gespräch offen und endet mit einem klaren nächsten Termin.

DEIN FUNDAMENT

Die 3 Säulen deines Verkaufserfolgs

Diese drei Haltungen tragen alles, was du in diesem Kurs gelernt hast.

1**Authentisch bleiben**

Biete nur an, wovon du wirklich überzeugt bist. Wenn du diesen Impuls bei dir selbst weckst, springt der Funke auf deinen Kunden über. Verkaufen macht plötzlich Spaß.

2**Wertschöpfung bieten**

Es geht nicht um schnelle Abschlüsse, sondern um Vertrauen und langfristige Kundenbeziehungen. Wenn du das zeigst, festigt sich das Vertrauen.

3**Passgenaue Lösungen**

Erkenne, vor welchen Herausforderungen dein Kunde steht. Biete genau das an, was ihm weiterhilft – nicht was du gerne verkaufen würdest.

ERFOLGSBOOSTER

DEINE 90-TAGE-VERKAUFSROUTINE

Verkaufserfolg kommt nicht über Nacht. Wer diese fünf Aktivitäten dranhält, wird von Gespräch zu Gespräch besser.

1**Kontakte**

Sprich regelmäßig neue Menschen an. Setz dir eine feste Zahl, z.B. drei neue Kontakte pro Woche.

2**Gespräche**

Führe deine Gespräche mit deinem Navi und deinem Spickzettel. Lieber wenige, die du wirklich führst.

3**Follow-ups**

Fass jedes Angebot nach. Trag den Termin mit 2–3 Tagen Puffer in deinen Kalender.

4**Training**

Übe deine Formulierungen und Einwand-Antworten laut, bis sie sich für dich natürlich anfühlen.

5**Reflexion**

Halt nach jedem Gespräch kurz fest, was lief. So erkennst du deine Muster und wirst gezielt besser.

Du hast es durch alle drei Module geschafft.

Das ist kein kleines Ding. Die meisten lesen – du hast gearbeitet.

- Du hast deine innere Haltung zum Verkauf gestärkt. (Modul 1)
- Du weißt, wie du ein Gespräch führst, das deinen Kunden in den Mittelpunkt stellt. (Modul 2)
- Du kannst deinen Preis selbstbewusst nennen, Einwände souverän behandeln und den Abschluss machen. (Modul 3)
- Du hast ein Mustergespräch als Gerüst und alle Arbeitsblätter ausgefüllt.

DEIN WERT JETZT

Wie sicher fühlst du dich jetzt in Verkaufsgesprächen? 1 = sehr unsicher · 10 = absolut souverän

Mein Wert jetzt: _____ / 10 (Startwert von Seite 2: _____)

Was jetzt zählt: Das erste echte Gespräch mit diesem Wissen. Nicht das perfekte – das nächste.

Du möchtest das Gelernte direkt umsetzen?

In einem Klarheitsgespräch schauen wir gemeinsam, wo du in deinen Verkaufsgesprächen gerade stehst – und was der eine Schritt ist, der sofort etwas verändert.

christinabodendieck.de

„Ich muss niemanden überzeugen. Meine Aufgabe ist es herauszufinden, ob und wie ich diesem Menschen helfen kann.“

Jetzt beginnt die Anwendung. Arbeite mit deinem Praxis-Workbook „MEIN VERKAUFS-NAVI“ und setze dein persönliches Navi in echten Gesprächen ein.

© Christina Bodendieck · christinabodendieck.de