

Webinar

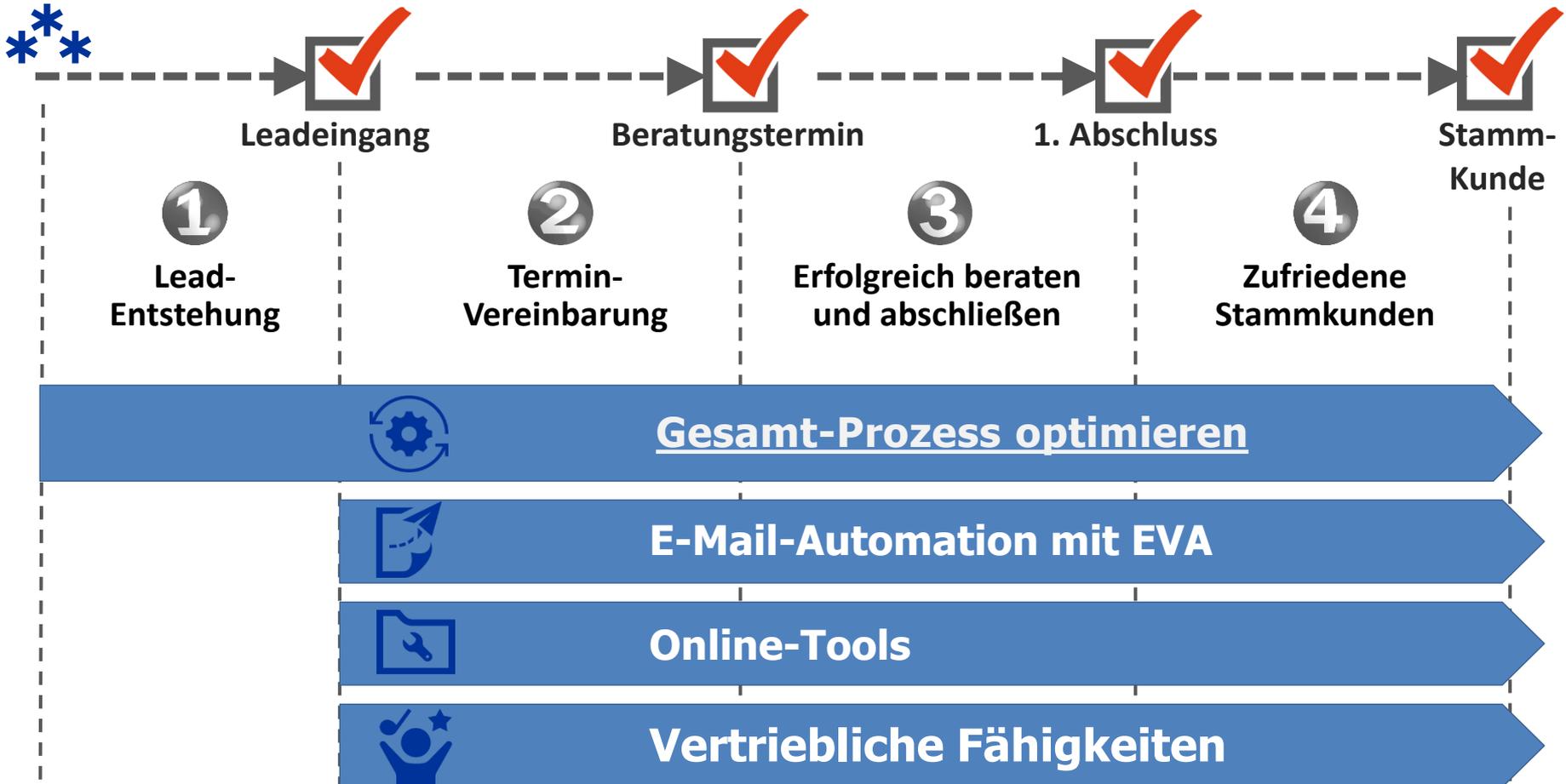


Mehr Termine, Umsatz und Gewinn mit Leads

Eckart Krüger

www.akquise-werkzeuge.de

Von der Lead-Entstehung bis zum Stammkunden



► Sie erhalten diese Präsentation per E-Mail

Gesamt-Prozess und Module optimieren



**Leadbearbeitungs-Prozesse optimieren:
Leadeingang → Termin → Abschluss → Stammkunde**



E-Mail-Automation mit EVA

- Strategie
- Beratender Content
- Umsetzung



Vertriebliche Fähigkeiten

- Hybrider Vertrieb
- Terminvereinbarung
- Online-Präsentationen



Online-Tools

- Landingpages
- Downloads
- Software

Referent Eckart Krüger



Trainings-Workshop



Zertifiziert vom 'Q-Pool 100'

Offizielle Qualitätsgemeinschaft

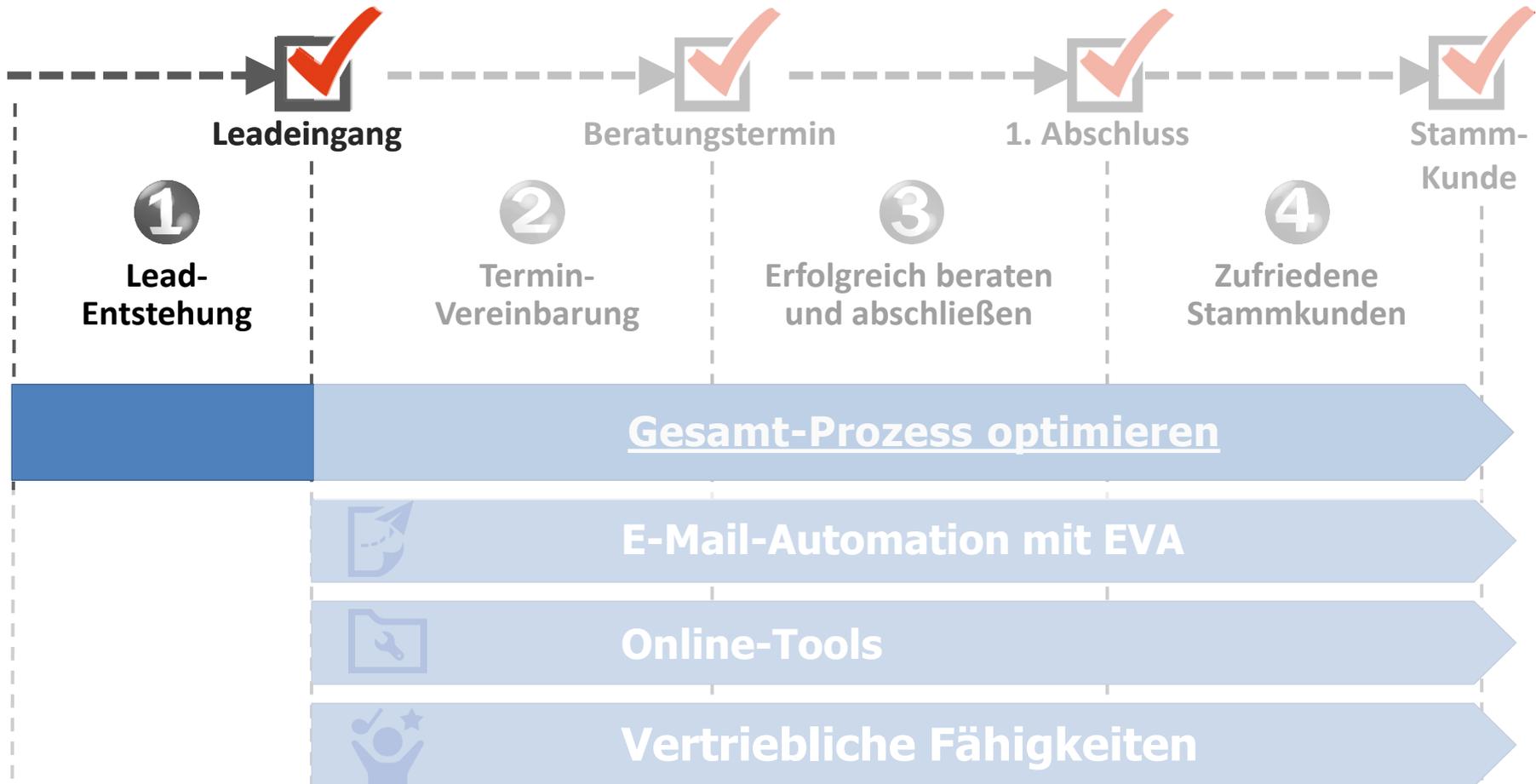
internationaler Wirtschaftstrainer und -Berater e.V.

Zertifizierter Vertriebsberater und Coach mit mehr als 25 Jahren Erfahrung

- Mehr als 1.200 zufriedene Kunden: Einzelberater, kleine und große Unternehmen von F.A.Z. über Knauf bis Wella AG
- Seit 2011 spezialisiert auf „Mehr Umsatz und Gewinn aus Leads“
- Mehr als 2.500 Vertriebsprojekte analysiert
- **Entwickler des EVA+System, das** digitale und analoge Kommunikationskanäle verbindet
- Experte auf Vertriebsmeetings, Roadshows, Online-Veranstaltungen und Webinaren
- Autor in vielen Fachzeitschriften und Blogs



Phase1: Lead-Entstehung



► Sie erhalten diese Präsentation per E-Mail

Qualität der Leads im Vergleich



Aktiver Interessent sucht über Google

**Benötigen Sie mehr Informationen?
Kostenfreien Telefontermin vereinbaren:**

www.terminland.de/eckart.krueger

Aktive Interessenten / im Vergleich: passiv geworbene Leads

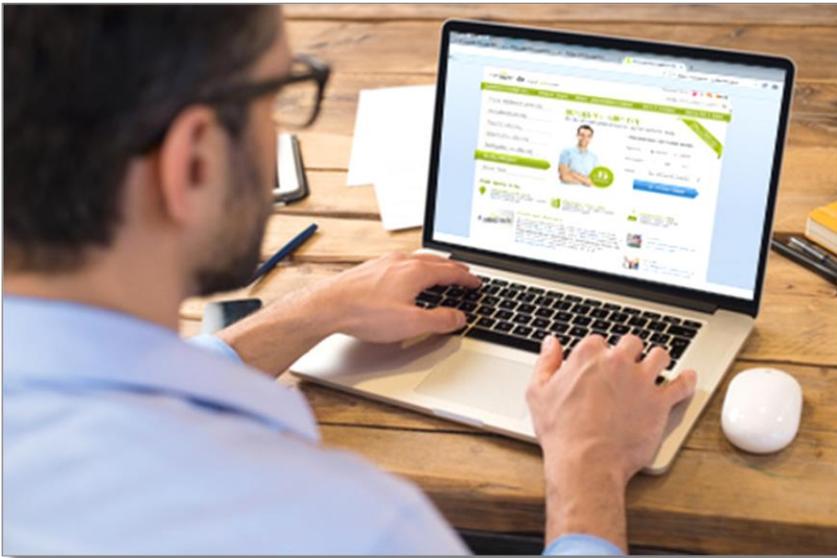
Aktive Interessenten: hohe Qualität

- Suchen wirklich aktiv
- Einfach Terminvereinbarung
- Geringe Stornoquoten 7 – 8 %
- Schneller und einfacher zum Abschluss
- Hohe Abschlussquote, Umsatz + Ertrag

Passive Interessenten („Pop Up-Fenster“)

- Suchen nicht wirklich
- Zähe Terminvereinbarung
- Stornoquoten teilweise über 60 %
- Langwierige Beratung ohne Abschluss
- Niedrige Abschlussquote und Umsatz

Ein Lead ist entstanden



Beispiel: „Hans Meiser“ trägt sich in ein Vergleichsportal ein
Mit relevanten **persönlichen Daten**:

Der Berater erhält die **Kontakt**daten für drei Kanäle:

Der Berater bekommt das Lead mit den persönlichen Daten von Hans Meiser:

- Sekundengenaueres Datum der Anfrage:
14.01.2019 - 21:19:14
- Das angefragte Produkt
- Name: Herr Hans Meiser
- Berufsgruppe: Angestellte(r)
Optional: mit Berufsbezeichnung
- Geburtsdatum: 28.09.1980
- Telefon: 0152 3301271
- E-Mail: hans.meiser@online.de
- Schaumainkai 5, 60594 Frankfurt

Eines ist sicher: Starker Wettbewerb im „Digitalen Tsunami“

- Online-Portale
- Firmenvertreter des Wettbewerbs
- Berater-Kollegen ...

Alle würden gerne den Vertrag
mit Hans Meiser abschließen

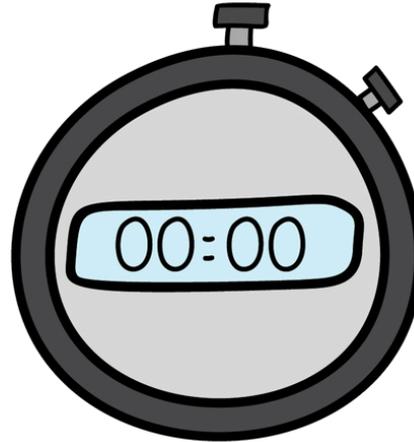
Gefahr:

Umsatz und Gewinn erodieren im täglichen „Tsunami“!

Im Wettbewerb die Nase vorn haben



Leadentstehung



Schnelle automatische E-Mails bringen Sie in die Pole Position!

Automatisierter Leadeingang



sofort in Sekunden
= Pole Position



Platz 1



Leadeingang nach Stunden
= Platz 2 (mit Glück)



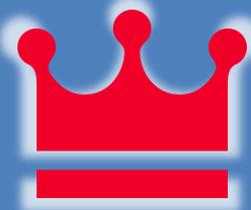
Wenn der Leadeingang Tage dauert =

Platz 3 „kommt unter ferner liefen an!“

Platz 3



Wie bearbeiten Marktführer neue Leads?

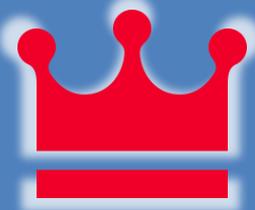


Marktführer



- Schnell
- Freundlich
- Kompetent

Marktführer...



Marktführer



...sind schnell:

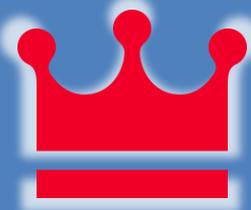


Sie senden sofort
eine Welcome-E-Mail



rufen sofort nach
Leadeingang an

Marktführer...



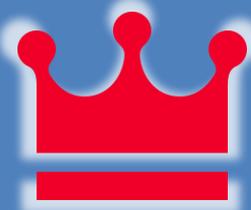
Marktführer



...sind freundlich:

Gut geschulte
Mitarbeiter/innen
verwenden sehr gute
Leitfäden für den
Vertrauens- und
Beziehungsaufbau
Und gehen auf den
Kundentyp ein

Marktführer...



Marktführer



...sind kompetent:

Sie zeigen ihre Kompetenz

- auf ihren Webseiten
- in Downloads
- in beratenden E-Mails
- am Telefon
- in Social Media Kanälen

Wenn Sie das Lead als Kunden gewinnen wollen...

Nr. 1



... müssen Sie die **Nr. 1**
im **Kundenkopf** werden:

- schneller
 - freundlich(er)
 - kompetenter
- als die Marktführer!
- **Fachlich und emotional!**

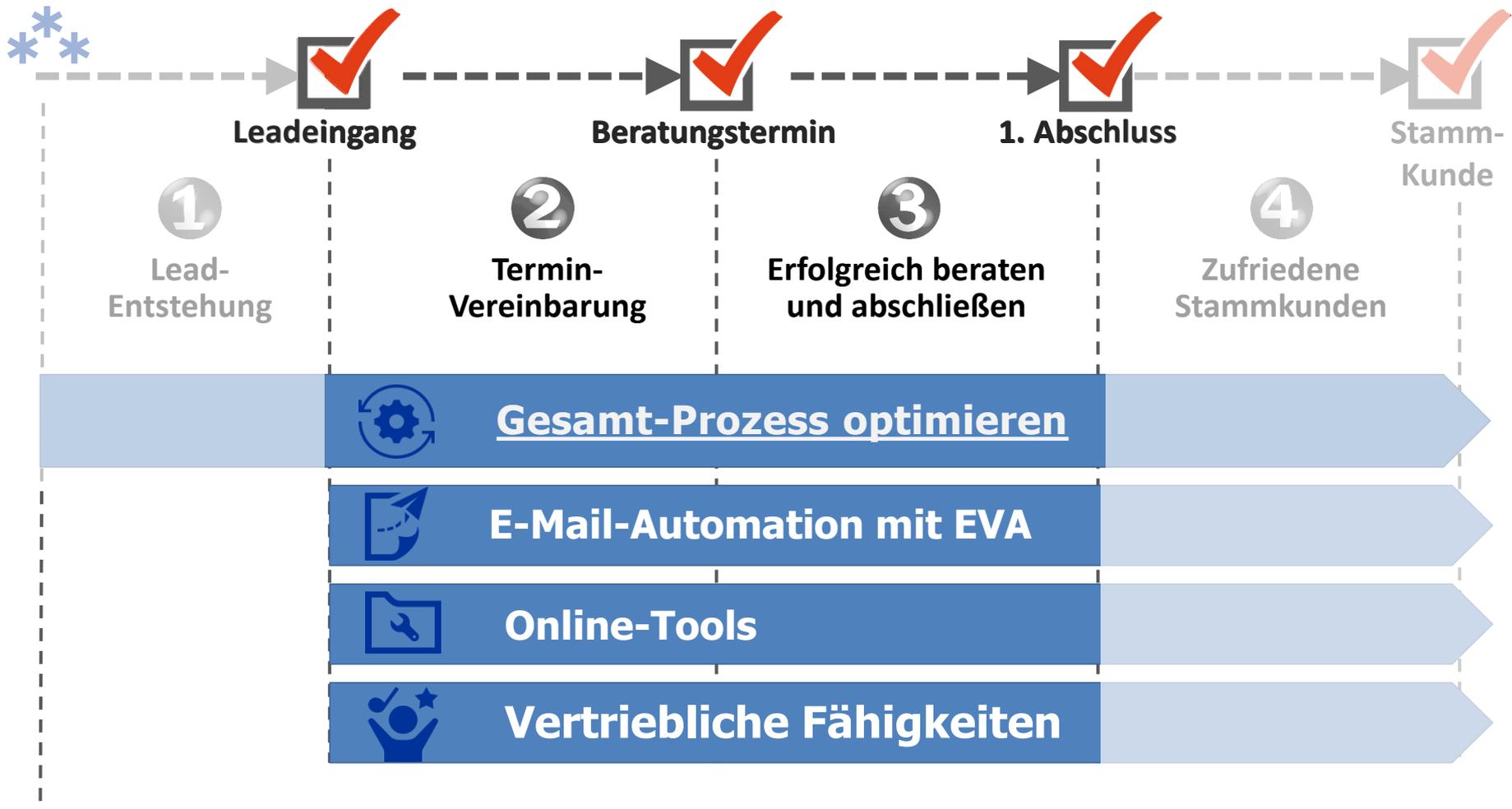


Marktführer



**Andere
Wettbewerber**

Phase 2 + 3: Vom Leadeingang zum 1. Abschluss



Wie schnell sollte ein Lead kontaktiert werden?

...im „digitalen Tsunami“



Profis sagen: Sofort!

„Der frühe Vogel fängt den Wurm!“

Viele verlieren schon das Lead und den Abschluss, weil sie zu spät den Kontakt herstellen!

Die gravierendsten Fehler nach Leadeingang



1. Gar keinen Kontakt herstellen



2. Zu spät Kontakt herstellen



3. „Suboptimal“ Kontakt herstellen



**Lead wandert ab zum Wettbewerb:
Umsatz und Folgegeschäft sind verloren!**

Sofort Kontakt herstellen: welche Möglichkeiten haben Sie?



Das Lead enthält Kontaktdaten für

- Kontaktaufnahme per **E-Mail**: Das Lead kann **automatisiert sofort** angeschrieben werden
- **Telefonische** Kontaktaufnahme, WhatsApp, SMS
- **Postversand**: Wenn Adresse vorhanden ist, kann ein Brief positive Aufmerksamkeit erzeugen

Tipp: Die aktuelle **Hirnforschung** hat wissenschaftlich bewiesen: Je **mehr Sinne** angesprochen werden, umso besser sind die Verkaufszahlen!

Schnelle Erstkontakte automatisch herstellen



2



E-Mail-Automation mit EVA Effiziente Vertriebs-Automation

- Stellt **sehr schnell Kontakte** zu neuen Leads her
- Beweist **Kompetenz** durch beratenden Content
- Stärkt **Vertrauen** und Beziehungsaufbau

EVA erzielt Wirkung durch kompetente Kontakte



EVA ist die digitale Vertriebs-Assistenz und steht für „Effiziente Vertriebs-Automation“ für **Neukunden-Leads UND Bestandskunden.**

Sie unterstützt den Vertrieb mit beratenden E-Mails und generiert ständig neue Verkaufs-Chancen:

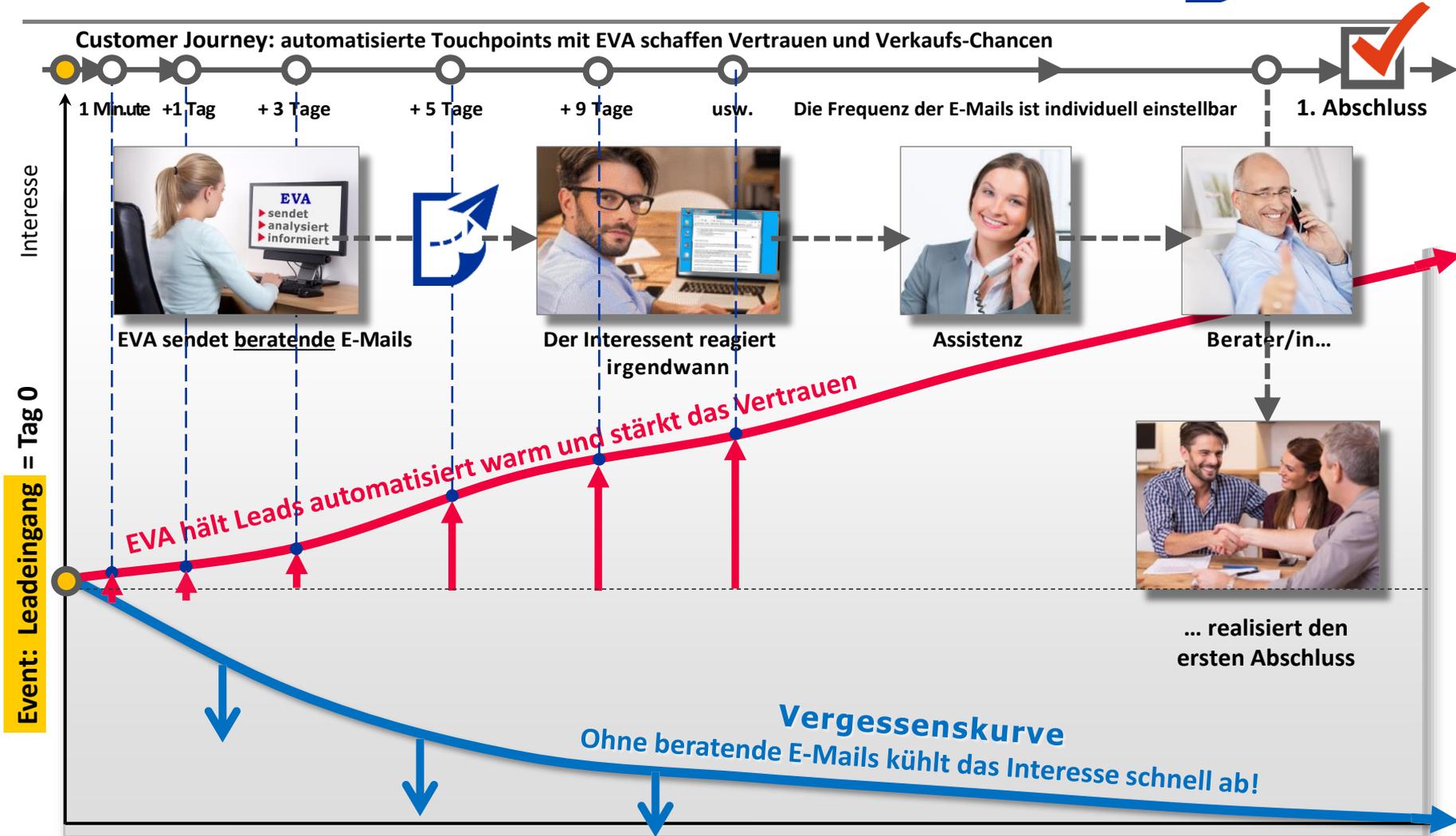


Beratende E-Mails werden gelesen

Automatisiertes beratendes E-Mail-Marketing bringt...

- individuelle **relevante** E-Mails
- viele zusätzliche Kontakte
- zum richtigen Zeitpunkt
- digitaler Vertrauens-/Beziehungsaufbau
- **ohne Zeitaufwand** für Berater und Team

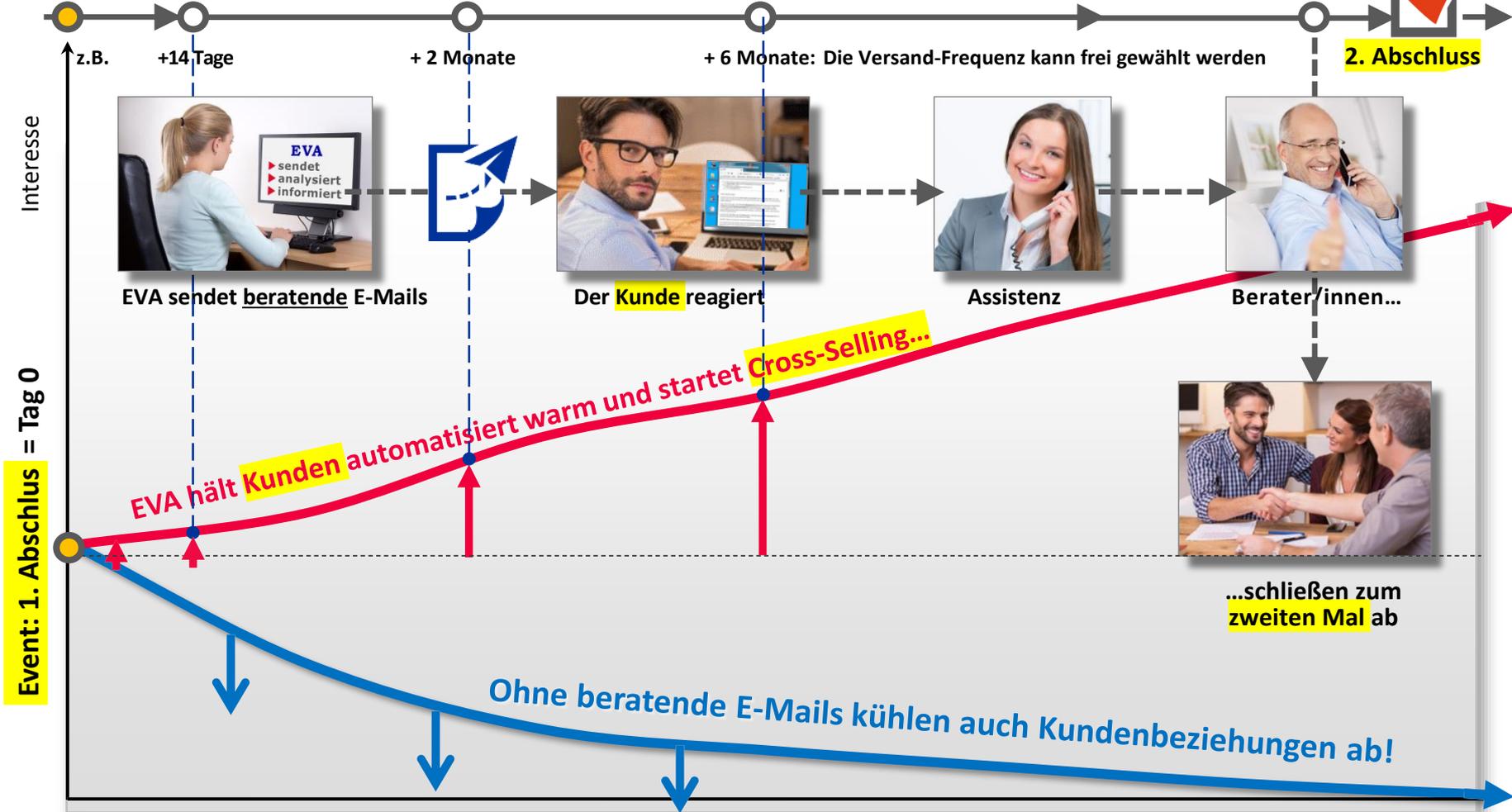
Vertrauensaufbau nach Leadeingang automatisiert



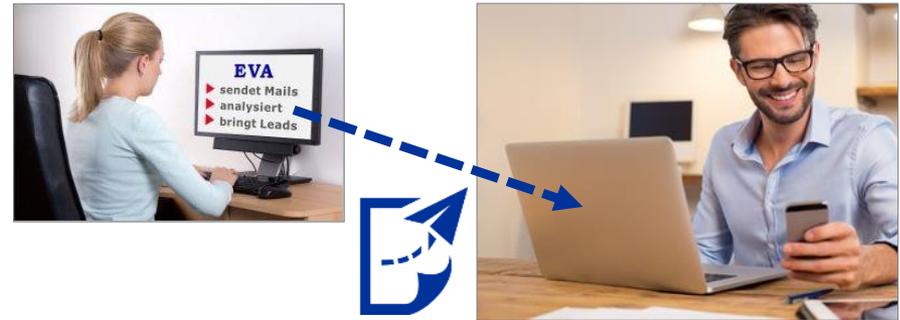
Mit EVA Bestandskunden automatisiert betreuen



Customer Journey: automatisierte Touchpoints nach dem ersten Abschluss



Vergleich Newsletter / Beratende E-Mails mit EVA



1.000 News/Werbe-E-mails „an alle“

- **Versand-Zeitpunkt: 1.000 auf einmal**
Alle gleicher Zeitpunkt
Versand, wenn der Text fertig ist
- **Content für alle**
Ein Absender für alle Empfänger
Betreff „für alle“
- **Ergebnis: Rücklauf nahe Null**
Die „News“ werden versendet und zugestellt.
Aber wenig geöffnet und kaum gelesen.
Die Wirkung ist schwach.

EVA sendet beratende E-Mails 1:1

- **Versand-Zeitpunkte übers Jahr verteilt**
Individueller Versandzeitpunkt „wie Geburtstag“
löst Telefonate oder Onlineberatung aus
- **Content individuell personalisiert**
„Mein/e Berater/in schreibt mir eine E-Mail“
Grundfähigkeitsversicherung organisch eingebaut
- **Ergebnis: kontinuierlicher Rücklauf**
„Die Kunden melden sich von selbst!“ (Berater und GF)
Kontinuierlich über das ganze Jahr verteilt. Ergebnis:
Nachhaltiges **Umsatzwachstum** und Ertragssteigerung

5 Erfolgsfaktoren beratender E-Mails



Hohe Öffnungsraten und gute Resonanz




Marktführer



Beratender Content stärkt Vertrauen auch gegen starken Wettbewerb

- **Erster Eindruck**
Relevante (personalisierte) **Betreffzeile**
Zeitpunkt passt zum Kunden-Interesse
Responsive: gut lesbar auf allen Endgeräten
- **Relevanter „Content is King!“ (Bill Gates)**
Informativer Stil, individuell passend zur Zielperson
Nutzen wird sichtbar und spürbar
Pain und „**Kittelbrennfaktoren**“ zeigen die **Kompetenz** von Berater und Team
- **Links unterstützen den Vertrauensaufbau**
Links auf **Artikel** in Vertrauensstarken Medien
Videos von seriösen Quellen (z.B. ÖKO-TEST)
PDF-Downloads und Webkataloge
- **Landingpages**
Halten das Interesse hoch
- **Signatur**
Zeigt die Stärken Unternehmens und Hauptnutzen für die Zielgruppe

Was sagen Kunden und Anwender?



„Leadgewinnung und Betreuung bis zum ersten Abschluss funktionieren mit dem EVA+System viel schneller, einfacher und kostengünstiger als auf anderen Wegen.

Mir hat EVA geholfen, den Zeitaufwand in der Kundengewinnung um circa 70 % zu senken.“

**Dipl.-Ing. Freihold Hasselfeld
Geschäftsführer und Berater weltweit
führender Maschinen- und Anlagenbauer**

Die Wirkung verstärken mit Online- und Offline-Tools



3



Online- und Offline-Tools für verschiedene Kanäle

- Landingpages
- Downloads
- Videos
- Tools zum „In-die-Hand-nehmen“
- Andere Tools

Welche Fehler sollten Sie vermeiden?



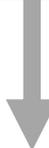
1. Webseite passt nicht zum Interesse des Leads



2. Content ist nicht optimal (Texte, Bild-Elemente)



3. Kein klares „Call to Action“: Was ist das Ziel der Webseite, von Downloads usw.?



**Lead-Interessent/in ist nicht überzeugt:
Umsatz-Chance geht verloren!**

Die Wirkung weiter verstärken



**Passende Landingpages
stärken das Interesse**

- **Optimieren Sie die Landingpages für Ihre Zielgruppen**

- **Beratende E-Mails** können wirkungsvoll mit passenden **Landingpages** kombiniert werden
- **Informative PDFs** werden zum Download angeboten
- **Videos** und andere Bewegtbilder stärken Wirkung und Interesse

Ergebnisse

- Mehr Wirkung und Effizienz im Vertrieb
- Mehr Rücklauf und Verkaufs-Chancen
- Mehr Abschlüsse, Umsatz und Arbeitsfreude

Landingpage passt zum Kundeninteresse



Gesundheit

PRIVATE KRANKENVERSICHERUNG

Wir vergleichen den Markt für Sie.
Lassen Sie sich unverbindlich und persönlich beraten.

BERATUNG / OPTIMIERUNG ANFORDERN **ALLE INFOS**

**ONLINE SERVICE:
VERGLEICHSRECHNER GESETZL. KV**

 *Der unabhängige Berater mit dem Service-Plus*

WAS UNS AUSZEICHNET



- ▶ **Beispiel: Interessent/in sucht Private Kranken(zusatz-)Versicherung**
Die Landingpage sollte möglichst genau passen

Experten-Profil sticht Marktführer-PDF



**Expertenprofil.PDF
beweist Kundennutzen**

■ Die Stärke des unabhängigen Beraters ist die Positionierung über den **Gesellschaften**, weil er von allen Verträgen den besten für seine Kunden findet!

Auszug aus dem
4-seitigen **PDF Download**
Experten-Profil

Bernhard König

1/4

Unabhängiger Fachberater für die Private Krankenversicherung

Wie kommen Sie zur bestmöglichen Krankenversicherung?

Als unabhängiger Fachberater für die private Krankenversicherung mit mehr als 20 Jahren Berufserfahrung erarbeite ich mit Ihnen die bestmögliche Lösung. Als **unabhängiger Fachberater für die Private Krankenversicherung und freier Versicherungsmakler** erarbeite ich für Sie Ihre Lösungen aus mehr als 1.200 Möglichkeiten von mehr als 30 Gesellschaften.



Darf ich mich kurz vorstellen?

Mein Name ist Bernhard König. Ich bin geprüfter Fachberater für die Private Krankenversicherung seit 1999 mit mehr als 1.500 Kunden.

Warum sollten Sie sich von mir beraten lassen?

Kundenstimmen und Bewertungen

Es geht um Ihr Geld und um Sicherheit und Qualität Ihrer Krankenversicherung! Wie haben andere Kunden meine Beratung bewertet?

Kundenstimmen → Seite 4

Fünf Schritte bis zum Ziel

1. Der Start: Ein erstes Telefonat

Ein erstes Telefonat ist völlig unverbindlich für Sie und dient dem Austausch von Informationen:

- Welche Leistungen wünschen Sie sich?
- Wie viel Geld wollen Sie monatlich investieren?

Ich sage Ihnen, welche Informationen wir benötigen, um das bestmögliche Ergebnis zu

Welche Gesellschaft bietet für Sie die richtige Lösung an?

Als Fachberater für die Private Krankenversicherung berate ich Sie **unabhängig** und erarbeite mit Ihnen die **beste Lösung** aus mehr als 1.200 möglichen Varianten

- Allianz • ALTE LEIPZIGER • Alte Oldenburger • Barmenia • Concordia • Continentale • ERGO • Generali
- R+V Versicherung • Debeka • AXA • HUK-Coburg • Signal Iduna • Hannoversche • LVM • Süddeutsche •
- Versicherungskammer Bayern • Württembergische • Nürnberger • Provinzial • DEVK • + 21 andere...

www.unabhängige-pkv-berater.de

Bernhard König | E-Mail: koenig@unabhängige-pkv-berater.de

Wb1 Beraterprofil-2_Petrol_Goldmann-Bernhard-König_aus_KL-220620.docx

Seite 2/4

Telefon: 012349 87650

Mobil: 0177 4148405

Alle 6 Sinne aktivieren ... die Wirkung verstärken



Individuelle Tools: Brief mit Expertenprofil

Briefe aktivieren alle 6 Sinne!



Sehen – hören – fühlen – schmecken –
riechen – denken

Beispiel:

Brief mit Expertenprofil im Briefkasten

- Der/die Interessent/in **sieht** den Brief, nimmt ihn **in die Hand** und **liest** den Absender
- **Denkt** darüber nach: „Wer schreibt mir?“
- **Trägt** ihn ins Haus und öffnet ihn
- **Hört** beim Öffnen und beim Auffalten ...
- **Riecht** und schmeckt unbewusst
- **Denkt** über Absender und Inhalt nach

Die wissenschaftliche Hirnforschung hat bewiesen:

- **Wenn alle 6 Sinne angesprochen werden, erzielen Sie bis zu 10-fache Ergebnisse!**

Wir konzipieren und produzieren Tools, die Leads und Kunden mit allen Sinnen aktivieren!

Was sagen Kunden und Anwender?



”

Wir haben jetzt ein rollierendes System vollautomatisierter E-Mails von EVA. Die Kunden melden sich von selbst, meine Abschlussquote ist gestiegen!“ Berater und Geschäftsführer B.D.

“

Fähigkeiten für den hybriden Vertrieb entwickeln



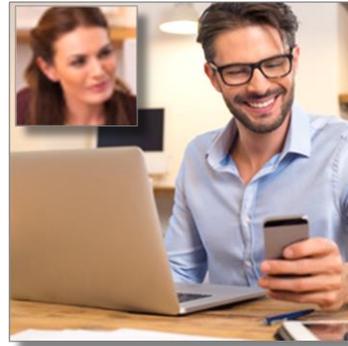
Vertriebliche Fähigkeiten weiter entwickeln

- Terminvereinbarung
- Online-Präsentationen und Abschluss
- Für den hybriden Vertrieb: online plus offline
- Aktive Kundenbetreuung
- Typgerechte Behandlung der Interessenten und Bestandskunden

“Der Kunde steht bei uns im Mittelpunkt!”



Das sagt fast jeder.



**Aber: Was bedeutet das konkret?
Beispielsweise in der typgerechten Kundenbetreuung und in der täglichen
Leadmanagement-Praxis?**

Das Zentrum der Entscheidung...

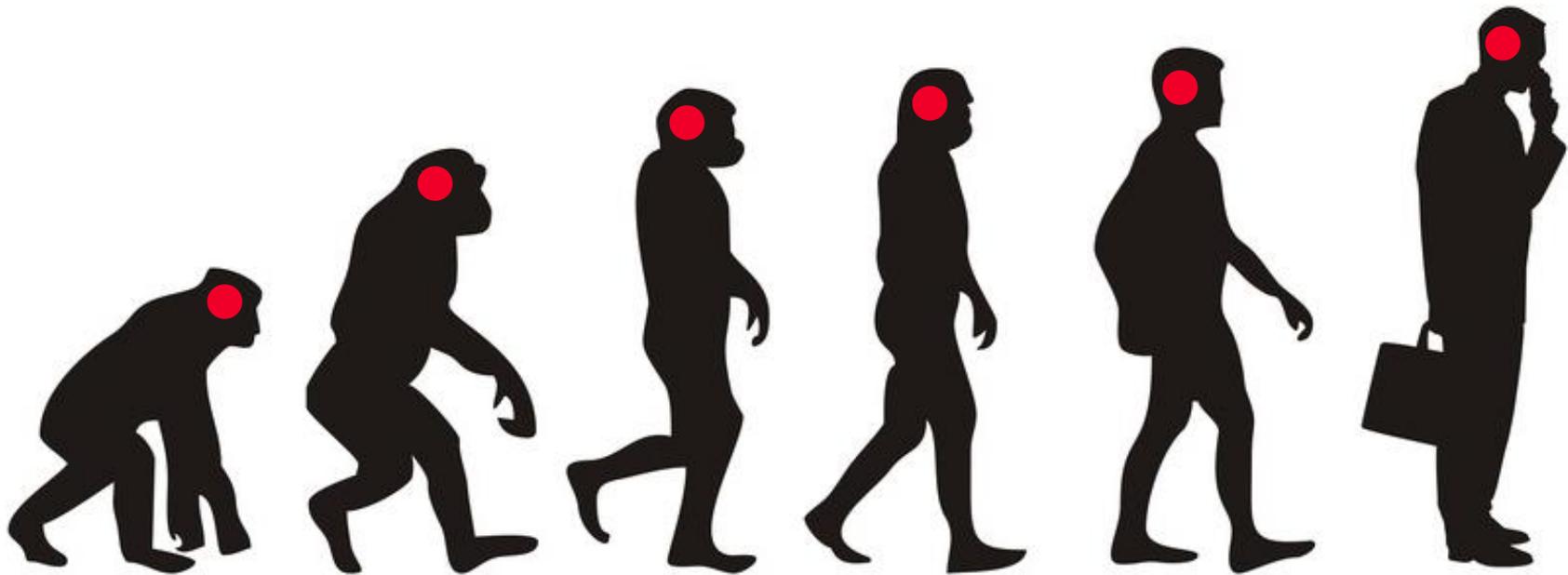


...für Terminvereinbarung, Abschluss, Weiterempfehlungen?



Ist im Kundengehirn!

Das letzte Upgrade fand vor 70.000 Jahren statt!



Was nimmt Ihr Kunde wahr?



Im limbischen System:

5 Sinne
über **10 Millionen**
Reize pro Sekunde

**Bewusst: nur ca. 200
pro Sekunde!**

unbewusste
emotionale Bewertung

Jede Information muss da durch
und wird 😊 oder ☹️ bewertet

Emotionale Typen, Werte, Emotionen



Der Kreis menschlicher Emotionen:



► Tipp: Stellen Sie sich auf den emotionalen Kundentyp ein!

Limische Typen, Werte, Emotionen



Kreative



Extravaganz

Impulsivität

Spontanität

Freiheit

Kunst

Fantasie

Neugier



Performer

erliche Förderung

Leistung

Erfolg

Hartnäckigkeit

Genuss



Freundschaft

Inflation

Solide Sa

Offen

Unterstützer

Bequemlichkeit Sicherheit Qualität

Vertrauen



Ordnung

Logik

Präzision

hkeit

Bewahrer

Fazit: Erfolg ist stark emotional gesteuert



Informationen werden – besonders zu Beginn einer Kundenbeziehung – stark emotional gefärbt bewertet!

**Achten Sie darauf bei der Positionierung von
Zielgruppen**

Ihrem Unternehmen

Ihren Produkten

den Kundenberater/innen: Welcher Typ sind Sie?

Bei uns können Sie einen Test machen!

Mehr Info?

www.terminland.de/eckart.krueger

Was sagen Kunden und Anwender?



“

„Ich kann dieses hochintelligente und überaus aufschlussreiche Webinar von Corinna Diehl und Eckart Krüger nur aus ganzem Herzen empfehlen! ... Wenn Sie die limbischen Typen erkennen, ist das ein 'eye-opener' und leitet zuverlässig zum Erfolg für all jene, die schon lange eine gute Idee oder ein neues Produkt im Markt etablieren wollen.“ Ines Kaldas, Geschäftsführung www.kaldas-consulting.com

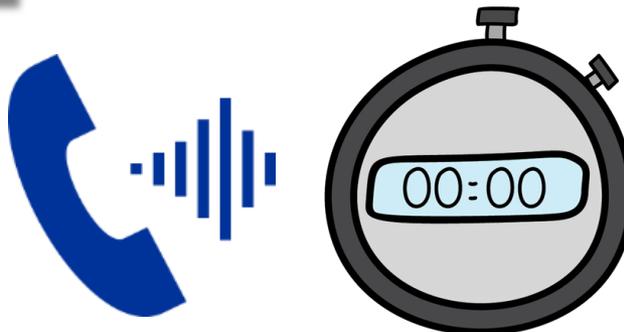
„Wir bekommen jeden Kunden, wenn wir uns limbisch vorbereiten!“ Vertriebsleiter V. Goulios

”

Neue Leads: Schnelligkeit hat die Nase von!



Ein Lead ist eingegangen:
Wer bekommt einen Beratungstermin?



Zeit läuft:

Wie schnell ruft der Berater an?

„Der frühe Vogel fängt den Wurm!“

Der schnellste persönliche Kontakt hat die Nase vorn
im Wettbewerb!

Erster persönlicher Kontakt: Vertrauen oder Misstrauen?



„Wollen wir von dem beraten werden?“

Viele Studien (z.B. GfK) zeigen:

80 % der Interessenten sind misstrauisch zu Beginn der neuen Beziehung und fragen sich:

**„Was ist das für eine/r?
Möchte ich von dem/der beraten werden?“**

Welche Faktoren haben Einfluss auf die Wirkung am Telefon oder Zoom-Meeting?

- Kunden **hören** die neue Stimme
- **Worte** und **Tonalität** lassen blitzschnell
- 😊 oder ☹️ **Emotionen** bei Interessenten entstehen

„Tonalität“: Sprechgeschwindigkeit, Stimmklang und die Art und Weise der Gesprächsführung

Welche Fehler sollten Sie vermeiden?



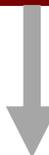
1. Nicht gut vorbereitet: Leitfaden fehlt



2. Keine wirkliche „Klingende Visitenkarte“ für den ersten persönlichen Kontakt



3. Keine überzeugende Kurz-Präsentation „in Streichholzlänge“ (< 30 Sekunden)



**Erster persönlicher Kontakt nicht überzeugend?
Gefahr: Lead geht zum Wettbewerb!**

3-stufiger Vertrauensaufbau



4



Akquise-Telefonate
Online-Präsentationen

1

Erster Eindruck

2

Klingende Visitenkarte

3

Starker Aufhänger



7-Sekunden-Regel

1. Der erste Eindruck...



Akquise-Telefonate und Online-Präsentationen

1 Erster Eindruck

...ist wichtiger, als vielen bewusst ist!

Das emotionale Kundengehirn entscheidet in 0,5 Sekunden:

- 😊 Eindruck positiv?

oder

- 😞 Eindruck negativ? Dann endet die Kundenbeziehung bereits hier!

Was gibt Anrufer(inne)n Sicherheit?

- Profis verwenden bewährte **Leitfäden**
- achten auf ihre **Körpersprache**
- verwenden **Hilfsmittel**



Die Klingende Visitenkarte



Akquise-Telefonate und Online-Präsentationen



Verschiedene Kundentypen erfolgreich abholen

2

Klingende Visitenkarte

Was kommt gut an?

Kunde/in will verstehen und 😊
ein gutes Gefühl. Deshalb

- gefühlte **10% langsamer sprechen**, das strahlt Souveränität und Sicherheit aus
- **Erste Worte** „Guten Tag Herr/Frau ...“
- Der eigene **Name ist gut verständlich**
- **Körpersprache** angemessen:
aufrecht oder stehend gibt gute
„Vorspannung“ in der Stimme

Ergebnis: Anrufer/in kommt gut rüber, wirkt sympathisch und kompetent, hohe Terminquote und Tertmintreue

■ **Der Ton macht die Musik!**

3. Mit starken Aufhängern Vertrauen aufbauen



3 Starke Aufhänger...

... stellen tragfähiges Vertrauen her

Zwei bis vier Wahrheiten bringen die Gesprächspartner **zum Nicken** und „fest an den Haken“. Sie sagen sich innerlich:
„Ja, das stimmt“

☺ **Gefühl:** Stimmt, Anrufer/in hat recht!

- „Ich/wir habe/n gestern Abend kurz nach 21 Uhr eine **Anfrage bekommen** auf den **Namen Hans Meiser**, sind Sie das selber?“

... *Meiser: Ja!*

- „Hier steht, dass Sie sich für eine private Krankenversicherung interessieren und als Ingenieur arbeiten“ ... *Ja!*

Der Vertrauensaufbau mit „Klingender Visitenkarte“ und Aufhänger dauert nur ca. 15 Sekunden!

Kurzpräsentationen macht Nutzen spürbar



15 – 25 Sekunden
19 Erfolgsfaktoren

„In der Zeit, in der ein **Streichholz** abbrennt, müssen Sie den **Kunden-Nutzen** rüberbringen, sonst haben sie sich die Finger verbrannt“ sagen Akquise-Profis.

19 Erfolgsfaktoren haben wir exklusiv für Sie aus mehr als 1.200 Akquise-Projekten herausgearbeitet. Dieses Wissen können Sie nutzen und Ihr Kurzpräsentation „unwiderstehlich“ machen.

Sie steigern die Erfolge in

- Telefon-Leitfäden
- E-Mails und Briefen
- Präsentationen (Online und im persönlich)

Mehr zu Ihrer individuellen Kurzpräsentation:

▶ www.terminland.de/eckart.krueger

Was sagen Kunden und Anwender?



“

„Wenn ich den Leitfaden sehe, den wir erarbeitet haben, ist mir zum ersten Mal richtig bewusst geworden, welche Wirkung von den gesprochenen Worten ausgeht. Auch die psychologischen Ansätze, was ich damit bei den Kunden auslösen kann, das war mir bisher so nicht bewusst!“

Kundenberater, seit mehr als 10 Jahren bei Schwäbisch Hall

„Mit Kunden zu telefonieren macht wieder Spaß, weil die viel freundlicher sind!“

Assistentin C.J.

”

Was ist Ihr nächster Schritt?

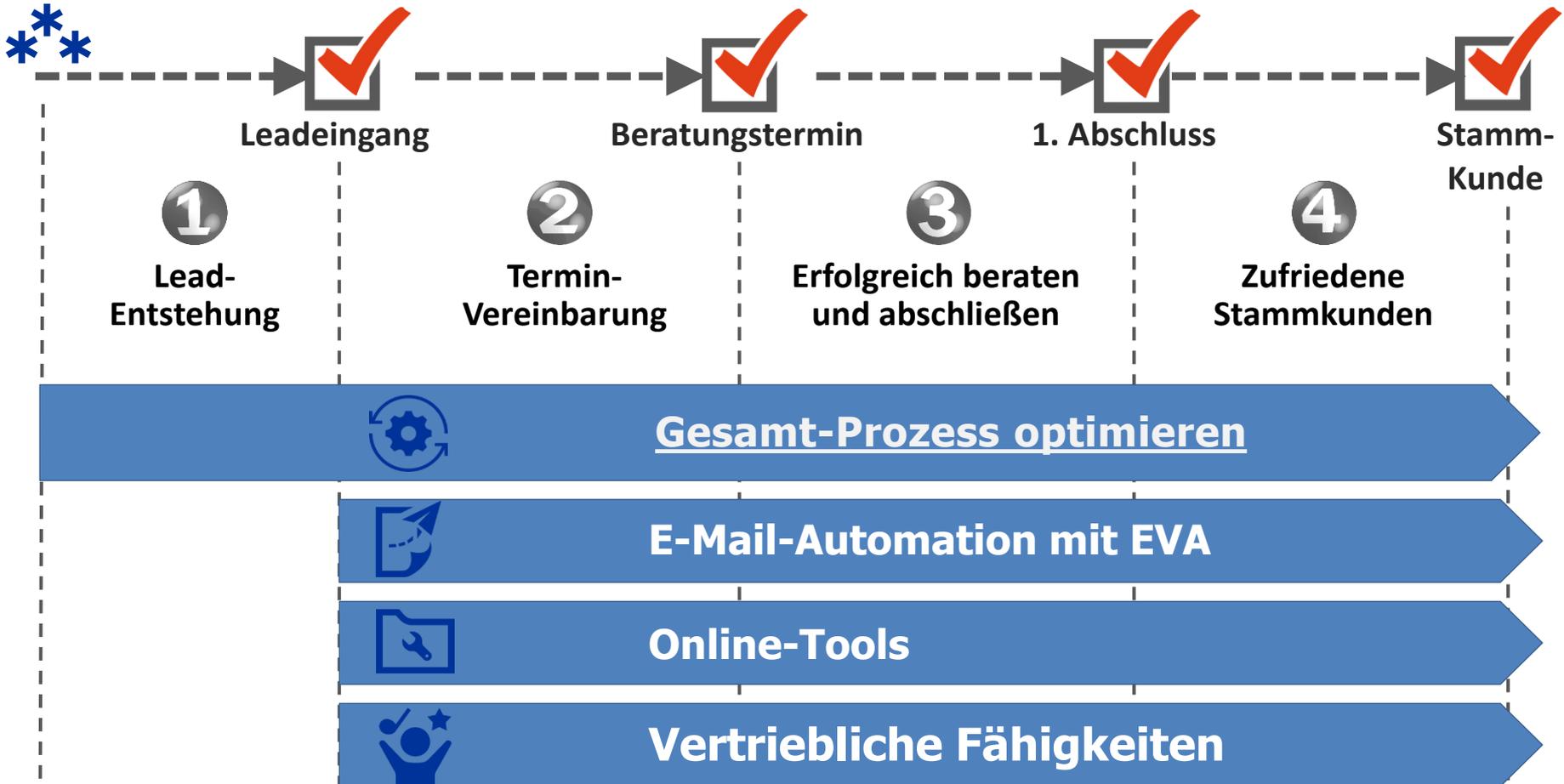


So können Sie die vorgeschlagenen Ideen für Ihren Erfolg nutzbar machen

Sie haben im Prinzip 3 Möglichkeiten

- 1. Bequem:** Sie lassen alles wie es ist.
Nachteil: Dann bleiben auch die Ergebnisse wie sie zur Zeit sind.
- 2. Aufwändig:** Sie entwickeln alles selbst weiter - forschen, testen und überlegen.
Nachteil: Das dauert lange, kostet viel Zeit und Umsatz, den Sie erzielen könnten.
- 3. Intelligent:** Sie adaptieren ein erfolgreiches Konzept. Vorteil: Zeitgewinn und schnelle Ergebnisverbesserung.

4 Phasen von der Lead-Entstehung bis zum Stammkunden



► Sie erhalten diese Präsentation per E-Mail

Sie können mit uns den gesamten Leadprozess optimieren



**Gesamt-Prozess optimieren:
Leadeingang – Beratungstermin – Abschluss – Stammkunde**

- 1. Leadeingang so schnell wie möglich machen**
- 2. Beratungstermine mit hoher Quote vereinbaren**
- 3. Erfolgreich beraten und abschließen**
- 4. Zufriedene Stammkunden entwickeln**
- 5. Kontinuierliches Umsatz- und Ertragswachstum**

Vertriebs-Automation einführen oder optimieren



E-Mail-Automation mit EVA einführen

- Die richtige **Strategie**
 - Beratenden **Content** erstellen
 - **Umsetzung** effizient unterstützen
Leads zum Abschluss führen
 - Automatisierte **Kundenbetreuung**
 - **Cross-Selling** und Up-Selling
1. **Analyse** Ihrer Ist-Situation und Möglichkeiten
Potenziale und Chancen erkennen
 2. **Konzeption** und „roter Faden“
für E-Mail-Marketing-Kampagnen
 3. **Hochwertigen Content** entwickeln mit sehr
wenig Zeitaufwand für Sie und Ihr Team
 4. **Versand** starten und überwachen
 5. **Optimierung** der begleitenden Tools



Individuelle Infos: kostenfreies Telefonat
auf www.terminland.de/eckart.krueger

Online- und Offline-Tools optimieren oder neu entwickeln



- **Akquise und Kundenbetreuung** automatisch unterstützen
- Kundenreaktion und **Rücklauf verbessern**
- **Zeit sparen** durch automatisierte Prozesse
- Terminvereinbarungs- und **Abschlussquoten** steigern
- **Weiterempfehlungen** stärken

Webinare, Coaching-on-the-Job, Schulungsvideos



- Verschiedene Kanäle für den hybriden Vertrieb wirkungsvoll verbinden
- Termine mit hoher Erfolgsquote vereinbaren
- Beratung und Online-Präsentationen überzeugend führen
- Mit hoher Abschlussquote verkaufen
- Begleitende Tools erfolgreich einsetzen

Moderne Methoden sichern Lernerfolge



- Training und Coaching in mental leicht verdaulichen kleinen Einheiten
- Praxisphasen zwischen den Einheiten festigen das Gelernte
- 100 % an Ihrer Praxis orientiert
- auf Wunsch mit Video-Aufzeichnung
- Effizientes Know-How Update
- Neue Ebene erreichen
- Mehr Sicherheit gewinnen im Kundenkontakt
- Durchsetzungsfähigkeit stärken
- Ergebnisse verbessern

Lohnt sich das?



Ihre Einmalige Investition

Diese Investition fällt nur einmal an, Ihr Unternehmen profitiert viele Jahre davon.

Schlanke Abrechnung

Wir bieten Ihnen ein einfaches schlanke Abrechnungsverfahren, das sich in den letzten Jahren in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden entwickelt hat.

Der nächste Schritt / Ihre nächster Schritt



Kostenfreies Potenzial-Telefonat

- **45 Minuten kostenfreie Beratung am Telefon:
Welche Potenziale können Sie realisieren?**
Testen Sie unsere Expertise live. Zu Themen Ihrer Wahl.
- Vereinbaren Sie einen Telefontermin mit Eckart Krüger auf www.terminland.de/eckart.krueger
oder senden Sie 2 Terminvorschläge per E-Mail
oder rufen Sie zur Terminvereinbarung an: +49 6151 800 36 060
- Zusätzlich bieten wir Ihnen ein faires schlankes Abrechnungsmodell, das sich in den letzten Jahren bestens bewährt hat.

▶ www.terminland.de/eckart.krueger

Fragen und Antworten



Welche Fragen haben Sie?

▶ www.terminland.de/eckart.krueger