

Webinar: Erfolgreiche Neukunden-Akquise



Mehr Effizienz, Umsatzwachstum und Zeit gewinnen mit dem EVA+System

www.akquise-werkzeuge.de

Herzlich Willkommen!



- Nur auf dieser Seite sehen Sie mich im Video.
Warum?
- Studien aus der Psychologie zeigen:
Mehrere visuelle Kanäle gleichzeitig verringern
die Konzentration auf die Inhalte
- Deshalb blenden wir das Video ab der nächsten
Seite aus.

Nachhaltige Vertriebs Erfolge entstehen durch die erfolgreiche Kombination von digitalen und analogen Schritten und Tools

EVA+System



Leads aktivieren + Ergebnisse optimieren



**Digitale
E-Mail-Automation**

- Kontakte automatisieren
- Vertrauen aufbauen
- Umsatzpotenziale sichern



**Automatisierte
Online-Tools**

- Gezielt informieren
- Viel Zeit sparen
- Effizienz steigern

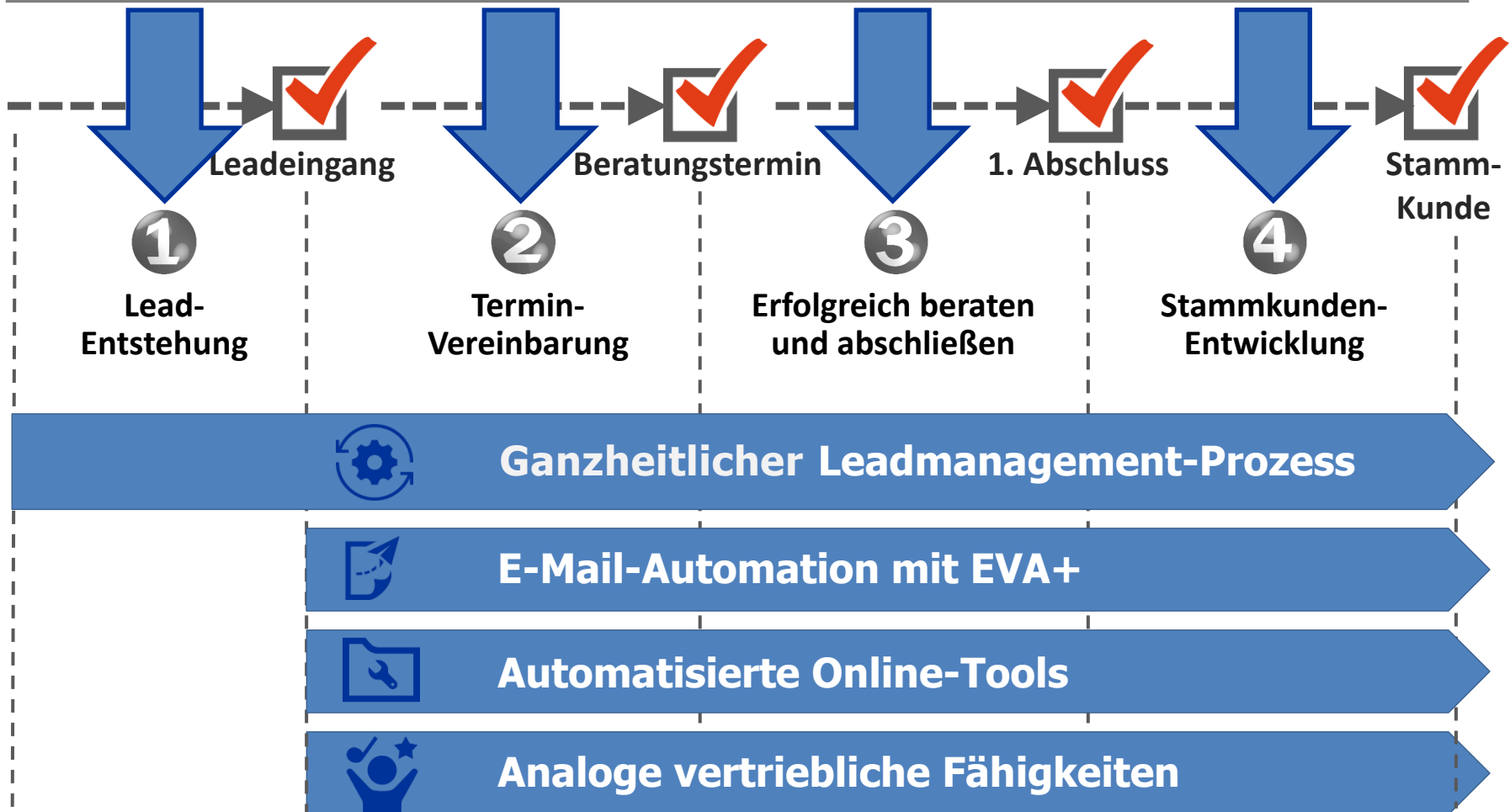


**Analoge vertriebliche
Fähigkeiten**

- Termine vereinbaren
- Abschlüsse realisieren
- Erfolgsquote steigern

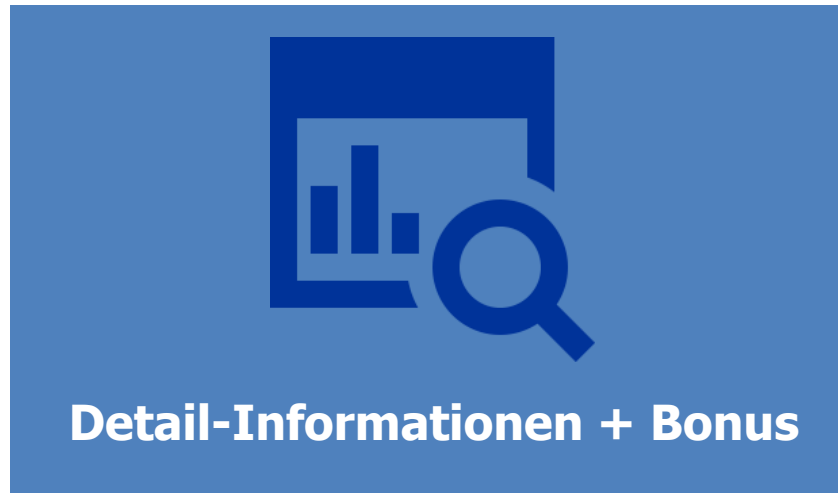
4 Phasen führen sicher zum Erfolg

EVA+ System



► Sie erhalten diese Präsentation per E-Mail

Unser Service nach dem Webinar für Sie



Wenn Sie Detail-Informationen zu einem der Themenbereiche benötigen, nehmen Sie bitte einfach Kontakt mit uns auf.

Das erste Telefonat ist völlig kostenfrei und unverbindlich für Sie.



- Vereinbaren Sie einen Telefon Termin auf **terminland.de/eckart.krueger**
- oder schicken Sie eine **E-Mail** an krueger@akquise-werkzeuge.de
- Oder rufen Sie uns einfach an: **Telefon** +49 6151 800 36 060



- Am Ende dieses Webinars erhalten Sie einen wertvollen **Bonus**

Berater und Vertriebs-Coach mit dem EVA+System

EVA+System



Eckart Krüger

- Vertriebs- und Akquise-Profi seit über 30 Jahren
- Trainer und Coach seit 1995: **Der rote Faden** zum Kunden
- 2003 zertifiziert vom 'Q-Pool 100', der offizielle Qualitätsgemeinschaft internationaler Wirtschaftstrainer und -Berater e.V.
- Seit 2011 Fokus auf „Mehr Umsatz und Ertrag mit Leads“
- Entwickler des **EVA+System** seit 2014



Berater und Vertriebs-Coach mit dem EVA+System

EVA+System



Eckart Krüger

Branchenübergreifende Trainings und Autor in Fachzeitschriften



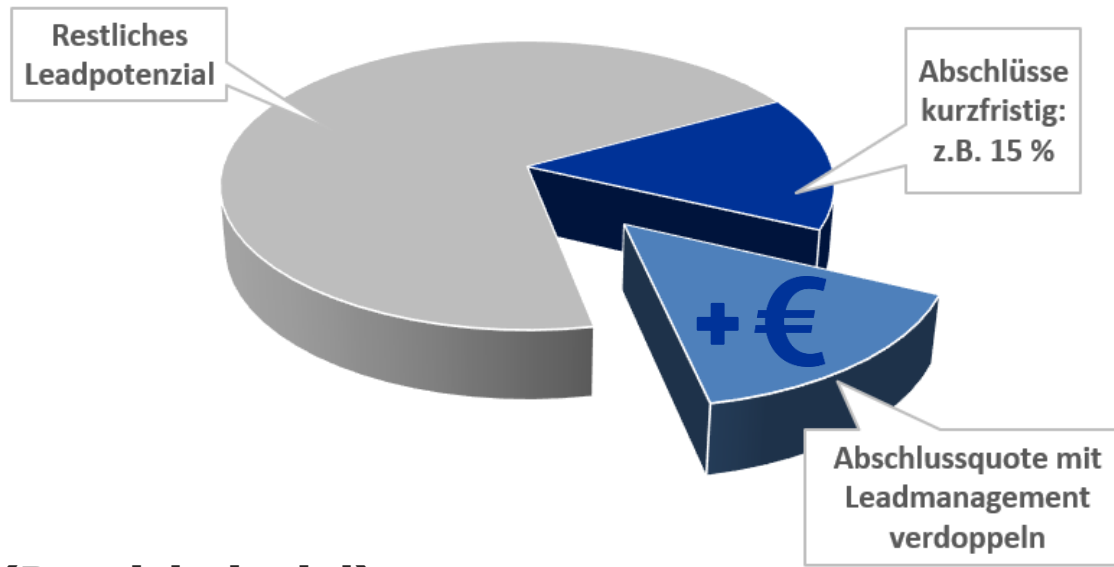
Agenda und Ihr Nutzen aus diesem Webinar



Wir zeigen Ihnen

- wie Sie analogen und digitalen Vertrieb erfolgreich kombinieren
- welche Werkzeuge und Tools sich bewährt haben
- wie Sie mehr Effizienz in den Vertrieb bringen und Zeit gewinnen
- messbar mehr Abschlüsse und Umsatz generieren
- Motivation im Team steigern
- automatisiert Kundenvertrauen gewinnen und Sicherheit geben
- die Schlagzahl im Vertrieb erhöhen

Abschlussquoten, Umsatz und Gewinn steigern



Ergebnisse (Praxisbeispiel):

- 15 % der Leads können kurzfristig zum Abschluss geführt werden
- Mit ganzheitlichem Leadmanagement kann der **Umsatz** verdoppelt werden, der **Zeitaufwand** und die **Kosten** pro Abschluss sinken
- Mit dem restlichen Leadpotenzial automatisiert den Umsatz weiter steigern: Anwender konnten schon mehr als **10 Jahre alte Leads zum Abschluss führen!**

Fazit

**Ergänzen Sie bewährte analoge
Vertriebsmethoden mit digitalen
Werkzeugen und Tools!**

Phase 1: Leadentstehung

EVA+System



- Leads von eigenen Webseiten
- aus den eigenen Datenbanken
- Leads aus Vergleichsportalen
- Social Media Kanäle
- Leads aus Marketing-Kooperationen
- Empfehlungen
- Leads aus Messen und anderen Veranstaltungen

Praxisbeispiel: Ein Lead entsteht



Beispiel: „Hans Meiser“ (37), verheiratet:
Er will seine **Altersvorsorge** überprüfen und optimieren.

Dazu sucht er **Informationen** über Google und Expertenrat – zu einem späteren Zeitpunkt, wenn er sich informiert hat.
Er trägt sich in 3 Webseiten bzw. Portale ein.

In das Formular auf der Webseite gibt er relevante persönlichen Daten von sich preis → es entsteht ein Lead:

- Sekundengenaueres Datum der Anfrage: 19.08.2022 - 12:28:14
- Das angefragte Produkt
- Anrede und Name: Herr Hans Meiser
- Berufsgruppe: Angestellte(r)
Dipl.-Ing. Elektrotechnik (FH)
- Geburtsdatum: 28.09.1985

Kontakt Daten

- Telefon: 0152 3301271
- E-Mail: hans.meiser@online.de
- Schaumainkai 5, 60594 Frankfurt

Terminvereinbarung: Schnelligkeit bringt Sie auf Platz 1



Google liefert immer wieder neue Vorschläge und Angebote zum angefragten Thema

Untersuchungen zeigen immer wieder:

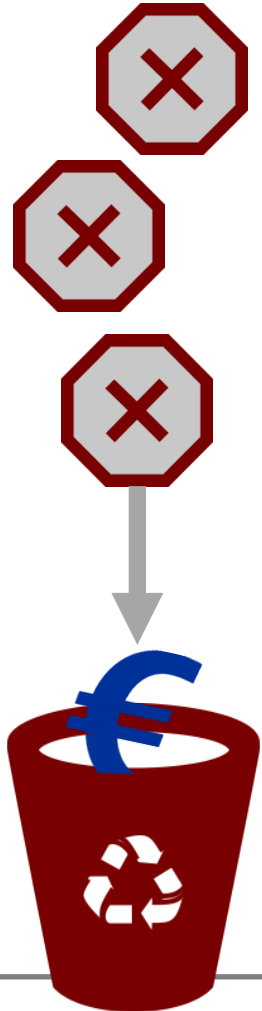
**Mehr als die 60 % der Kunden schließen bei dem Anbieter ab,
der als Erster den Kontakt hergestellt hat!**

Profis wissen:

„Der frühe Vogel fängt den Wurm!“

Der/die **zweite** oder dritte hat schon fast **keine Chance** mehr,
mit Leads ins Gespräch und zum Abschluss zu kommen!

Die 3 gravierendsten Kardinalfehler nach Leadeingang



Umsatz und Folgegeschäft sind verloren...

... wenn Sie gar **keinen Kontakt** mit dem Lead herstellen können

... wenn der Kontakt **zu spät** hergestellt wird

... wenn der **Kontakt schwach** oder „suboptimal“ hergestellt wird

Was können Sie dagegen tun?

Phase 2: Terminvereinbarung



Umsatzerfolge entstehen durch das professionelle Zusammenspiel von

- automatisierten beratenden E-Mails
- Online-Tools
- analogen vertrieblichen Fähigkeiten

Schnelle automatisierte Schnittstelle



EVA+System

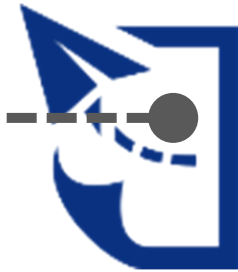
EVA ist die intelligente digitale Vertriebs-Assistenz und bedeutet „Effiziente Vertriebs-Automation“ – mit System:

- Leads werden **sofort kompetent von EVA bearbeitet**
- Der **Zeitaufwand** für Berater und Team wird komplett eingespart
- Mit EVA entsteht ein **Wettbewerbsvorsprung** im Kundenkopf
- Sie haben die Nase vorn im Wettbewerb

Schneller Kundenkontakt weckt Vertrauen



Erfolgreiche Unternehmen lassen sofort
eine **Willkommens-E-Mail** versenden
weil sie wissen: **Die Zeit läuft!**



Durch diese E-Mail weiß der
Interessent sofort:

„Okay, meine Anfrage
ist angekommen...

Die kümmern sich um mich!“

Diese erste **beratende E-Mail** mit Kurzvorstellung hat hohe Öffnungsraten und
legt die Basis für **Vertrauensaufbau** und den erfolgreichen **Abschluss**.



Für das Berater-Team
bedeutet das:

Es ist der erste Schritt
zum erfolgreichen Vertrauensaufbau:

**Vollautomatisch mit
null Zeitaufwand!**

Effizienter Baustein für Terminvereinbarung und Abschluss

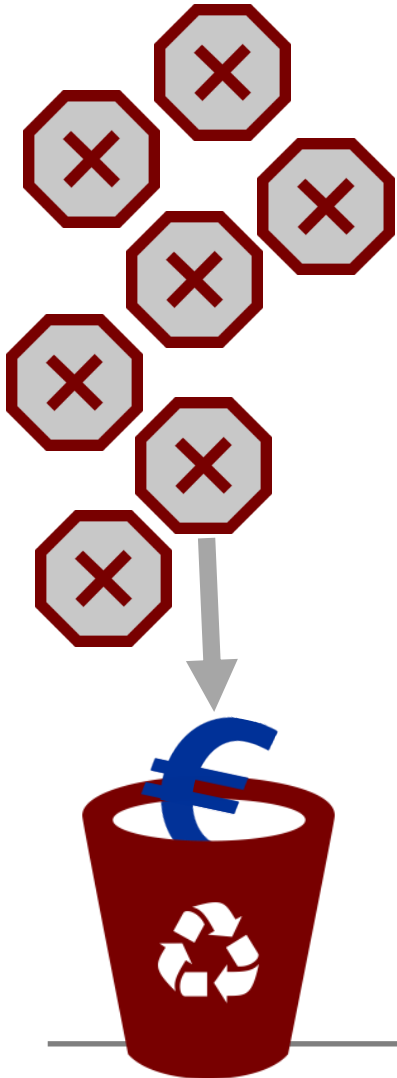


Mit beratenden E-Mails Vertrauen wecken und Ergebnisse stärken

Beratende E-Mails wirken durch

- Beratenden Content
- Nicht-werbliche Optik
- Passende Technologie

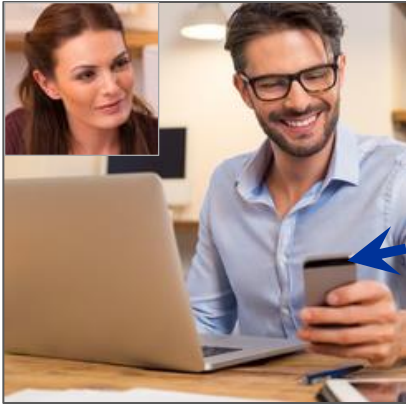
7 gravierende Fehler, die digital Umsatz und Zeit kosten



1. Klar definierter **Leadmanagement-Prozess** fehlt
2. Lead-**Qualität** ist nicht optimal
3. Ohne automatische **Schnittstelle** verlieren Sie Zeit
4. Durch Versand von **Newslettern** oder werbliche E-Mails gehen Verkaufs-Chancen verloren!
5. Die Möglichkeiten der **beratenden E-Mails** werden nicht optimal genutzt
6. Links auf **Marken-Videos, Downloads** usw. fehlen
7. Suboptimale **Software** hat nicht die für Sie notwendigen Funktionen, z.B. fehlt Monitoring

Wie viel Umsatz geht dadurch pro Jahr verloren?

Warum bringen beratende E-Mails mehr Erfolg?



Hans Meiser will beraten werden
und keine Werbung erhalten!

Denken Sie auch daran: Regelmäßig sind
noch andere Personen mit am
Entscheidungsprozess beteiligt!

Deshalb erhalten die Leads beratende
E-Mails von EVA

Diese E-Mails sind Teil der Kunden-
beratung. Die Datenschutzbeauftragte:
Nach **DSGVO** zulässig!

Assistenz EVA arbeitet 100 % zuverlässig und vollautomatisch



EVA steht für „Effiziente Vertriebs-Automation“ und ist die digitale Vertriebs-Assistenz. Sie versendet beratende E-Mails und unterstützt den Vertrieb

- Vollautomatisch **beratende E-Mails** mit personalisiertem Content versendet
- Für jede E-Mail den richtigen **Zeitpunkt** findet
- Kontinuierlich **Kontakte und Verkaufs-Chancen** generiert
- Vertrauens- und **Beziehungsaufbau unterstützt**
- **Zeitaufwand** für das Team minimiert

7 Punkte: Was unterscheidet beratende E-Mails von Newslettern ?



EVA sendet beratende E-Mails



Beratende E-Mails werden gerne geöffnet und gelesen

Mehr Relevanz bedeutet: mehr Resonanz und Verkaufschancen!

- Individueller **Betreff** weckt Interesse / *Newsletter: alle sind gleich*
- **Optik ist beratend**, nicht werblich / *Newsletter sehen werblich aus und werden von Empfänger(inne)n schnell weggeklickt*
- Mit **personalisiertem Content** individuell auf das Empfänger-Interesse eingehen = **mehr Relevanz!** / *Newsletter verwenden weniger individuellen Content und Personalisierungen*
- Fachliche Expertise wird in **Nutzenargumente** übersetzt
- **Links** auf passende neutrale Seiten stärken das Vertrauen
- Personalisierte **Signatur** verstärkt Interesse / *Newsletter: alle gleich*
- **Rücklauf** bis 10 % / *Newsletter-Rücklauf in der Regel um 0,1 %*

Faktor 100 ◀

Vertriebs-Problem „Blackbox“ der Kauf-Interessenten

Beispiel: 50 Leads pro Monat

- 500 Leads pro Jahr ohne Abschluss in der Datenbank
 - Nach 5 Jahren 2.500 Leads
 - Zu viele, um sie regelmäßig telefonisch anzusprechen
 - Viele tausend Euro totes Kapital
 - Möglicher Umsatz geht verloren
- **Wie können aktuelle Kauf-Interessenten sichtbar gemacht werden – damit der Vertrieb sie ansprechen kann: wenn sie am Angebot interessiert sind**



Analyse und Technologie bringt neue Möglichkeiten



Herkömmliche Meinung:

„Wenn eine **E-Mail geöffnet** wurde und ein **Link geklickt**, ist das Ziel erreicht.“

- ▶ **Analyse von 1.200 Leads zeigt aber:**
Lead öffnet E-Mail, wenn Betreff interessant ist
Lead klickt auf Link, wenn Link-Ziel interessant ist

Aber: Klicks erlauben keine Vorhersage zu Kauf-Interesse und Abschlussverhalten

- ▶ **Ergebnis:** Der Vertrieb hat fast **KEINE Interessenten!**



Mit passender Technologie

Monitoring einer hochwertigen Software zeigt Empfänger-Verhalten detailliert und fasst Interesse in einem **Score** zusammen.

- ▶ **Das bedeutet für den Vertrieb:**
Aktuelle Interessenten werden sichtbar!
Scoring ermöglicht Priorisierung der Leads
- ▶ Der Vertrieb hat **Interessenten** mit unterschiedlichen Scoring-Werten.

Die mit **hohem Score** sind sensibilisiert sollten kurzfristig angesprochen werden!

Monitoring und Scoring durch moderne Software-Technologie



Zeitgemäße hochwertige Software-Technologie

- **analysiert** das Empfänger-Verhalten 7/24
- fasst Ergebnisse zu einem **Score** zusammen
- **informiert sofort**, wenn ein hohes Scoring aktuelle **Interessenten** anzeigt
- zeigt dadurch **aktuelle Verkaufschancen**
- macht den Vertrieb schneller und einfacher



Der Vertrieb kann zum richtigen Zeitpunkt aktiv werden:

- Kein „Finger wund wählen“ mehr mit vielen frustrierenden „Neins“
- **Terminvereinbarung** wird einfacher
- **Zeitaufwand und Kosten** können pro Abschluss um 70 % und mehr sinken!

EVA+ macht aktuelle Interessenten sichtbar

Beispiel mit dem EVA+ System

- Aus 2.500 (oder mehr) Leads werden Interessenten automatisch sichtbar
- Scoring bringt Interessenten in eine sinnvolle Reihenfolge
- Interessenten können sofort kontaktiert werden
- Ergebnisse aus der Praxis:
 - Abschlussquoten aus Leads verdoppelt
 - Zeitaufwand pro Abschluss sinken
 - Umsatz und Rendite steigen

EVA+ System



Was sagen Kunden und Anwender?

”

EVA spart uns viel Zeit und bringt genau passende Kontakte mit Interessenten zum richtigen Zeitpunkt! Nach unserer Berechnung sparen wir mehr als 70 % der Zeit für Akquise mit Automatisierung durch EVA ein.

Dipl.-Ing. Freihold Hasselfeld
Geschäftsführer

► Mehr Stimmen:
www.akquise-werkzeuge.de/stimmen/

“

Technologie: 3 Klassen Software

Hochwertige Software

Hohe Leistung, flexibel, viel
mehr Funktionen, Monitoring
100 % Made in Germany
Deutschsprachiger Support

1.

Mehr Informationen und Beratung:

Telefon 06151-800 36 060

info@akquise-werkzeuge.de

www.terminland.de/eckart.krueger

Mittelklasse

Newsletter-Versand
E-Mail-Versand
Personalisierung

2.

Alle Lösungen sind
DSGVO konform

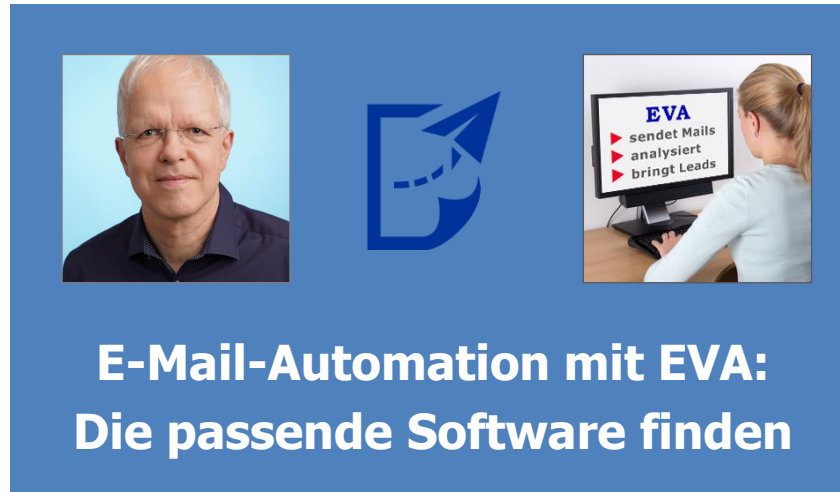
Einfach

Grundfunktionen
E-Mail Versand

3.



Software prüfen und auswählen



**E-Mail-Automation mit EVA:
Die passende Software finden**

- EVA ist eine Systematik und nicht an eine bestimmte Software gebunden!
- Wir überprüfen gemeinsam Ihre schon vorhandene Software
- Auf Wunsch programmieren wir für Sie die Software, starten und überwachen den E-Mail-Versand
- EVA arbeitet vollautomatisiert für Sie – viele Jahre lang!

Terminquote und Vertrauensaufbau mit Online-Tools stärken



Online-Tools verstärken die Wirkung der E-Mails

- Landingpages, die zur Anfrage passen
- Links auf Videos
- PDF Downloads, Whitepaper, Checklisten usw.
- Online-Kalender und Formulare
- Andere Tools, Web-Kataloge usw.

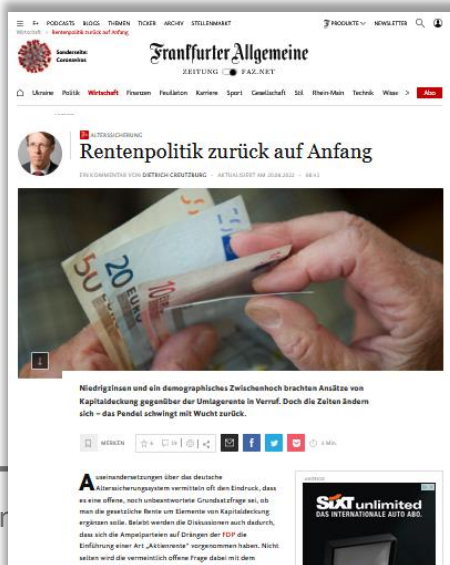
Beispiel: Links in den E-Mails stärken den Vertrauensaufbau

Beispiele: Link auf eine Landingpage (Bild unten)



- F.A.Z Frankfurter Allgemeine **faz.net/...**
- Alternative: Z.B. Link auf Frauenzeitschrift **brigitte.de/...**
- Link auf **YouTube-Video:** z.B. Interview mit dem Geschäftsführer des ÖKO-TEST-Magazins zum Thema

► So profitieren Sie vom Image und Vertrauen in starke Marken!



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.

▶ Mehr Stimmen:
<https://www.akquise-werkzeuge.de/stimmen/>

“

Die Kombination mit Akquise-Telefonaten bringt Umsatzerfolge



Analoge vertriebliche Fähigkeiten upgraden

- Leitfaden für erfolgreiche **Terminvereinbarung**
- **Online-Beratungen** bis zum gewünschten Ziel
- **Typgerechte** Beratung und Verkauf steigert Effizienz und Abschlussquoten

Der erste persönliche Kontakt am Telefon ist erfolgskritisch



Wenn der rote Faden am Telefon abreißt

- Gibt es keinen Beratungstermin
 - Keinen Abschluss und null Umsatz mit diesem Lead
 - Kein Folgegeschäft
 - Keine Empfehlungen
 - Umsatz geht verloren, die Kosten und der Zeitaufwand steigen: Gewinn und Rendite werden deutlich negativ beeinflusst
-

Erfolgsfaktoren für Terminvereinbarung am Telefon



Welcome- und Termin-Telefonate erfolgreich führen

- Der richtige Zeitpunkt
- 3-stufiger Vertrauensaufbau
- Die ersten 7 Sekunden als „Klingende Visitenkarte“
- Kurzpräsentation in Streichholzlänge (ca. 25 Sekunden)
- Stimmklang und Tonalität, stark beeinflusst durch Körpersprache

Der erste Kontakt am Telefon: Misstrauen ist die Grundhaltung



Wissenschaftliche Studien (z.B. GfK) zeigen:

80 % der Interessent(inn)en sind zu Beginn einer neuen Kundenbeziehung misstrauisch

Kein Vertrauen – keine Beratung – kein Abschluss!

Wie dann Vertrauen schnell und sicher aufgebaut werden?

Der richtige Zeitpunkt: Profis rufen zügig an!



Erster Anruf bzw. Wählversuch
erfolgt zügig nach Leadeingang:



Die Zeit läuft!



Interessent/in fragt sich:

Will ich mich von dem/der
beraten lassen?

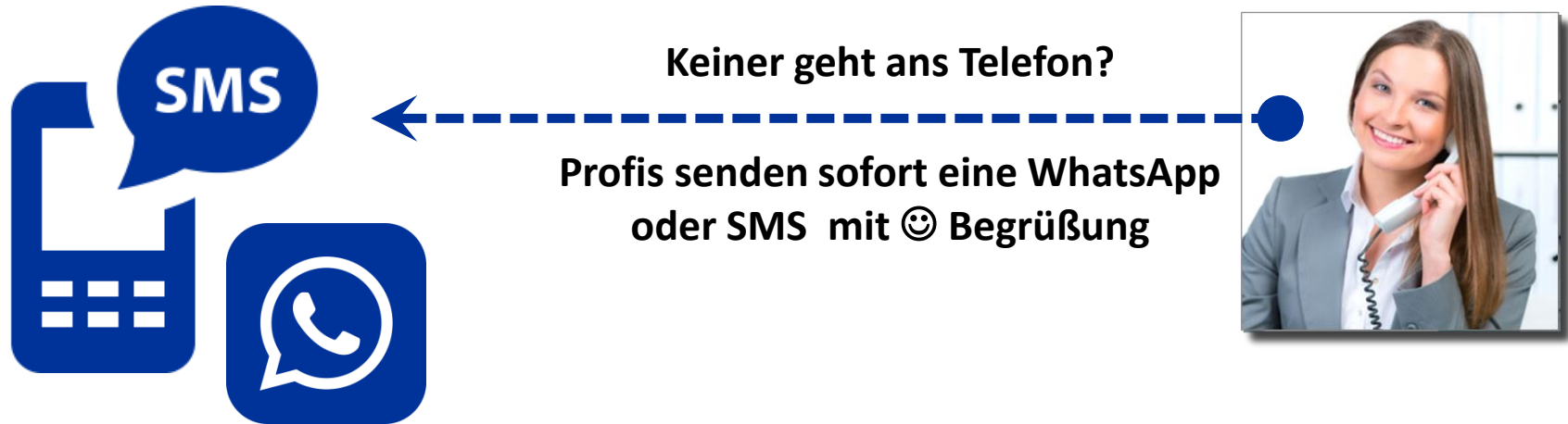
Ein zügiger Anruf kommt gut an und
zeigt Interesse!

Das erste Telefonat:

Grundlage für Vertrauensaufbau
und Abschluss

**Terminvereinbarungsquoten von mehr als 70 % sind möglich, wenn die
Erfolgsfaktoren konsequent angewendet werden!**

Telefonisch nicht erreicht: Was tun?



- So stellen Sie den Kontakt schnell und einfach sicher und sind der oder die **Erste im Kundenkopf**.

Tausendfach bewährt: der 3-stufige Vertrauensaufbau



**Kundenbeziehungen am
Telefon erfolgreich starten**

1

Erster Eindruck

2

Klingende Visitenkarte

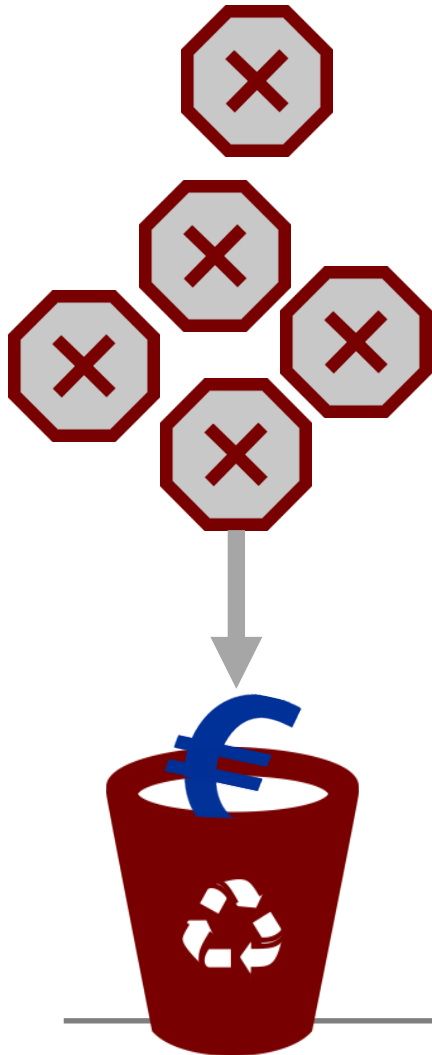
3

Starker Aufhänger



7-Sekunden-Regel

Die 5 gravierendsten Fehler am Telefon



Viele verlieren ihre Leads im ersten Telefonat!

1. Weil sie ohne gute Vorbereitung mit ihrem Stimmklang ein Gefühl der **Unsicherheit erzeugen** – mit teuren Folgen
2. Ohne eine „**Klingende Visitenkarte**“ ist der erste Eindruck nicht überzeugend
3. Zu **schnelle Sprechweise** ohne Pausen klingt wie „auf der Flucht“
4. Ohne 3-stufigen **Vertrauensaufbau** wird viel Potenzial – Termine, Abschlüsse und Folgegeschäft verschenkt
5. Ohne „**Kurzpräsentation** in Streichholzlänge“ fehlt das Motiv, sich beraten zu lassen – keine Terminvereinbarung!

Wie kommen Sie zu besseren Ergebnissen?

Stufe 1: Der erste Eindruck



**Kundenbeziehung am
Telefon erfolgreich starten**

1

Erster Eindruck

**Der erste Eindruck ist wichtiger, als
viele denken!**

**Das *emotionale* Kundengehirn
entscheidet in 0,5 Sekunden:**

- Ist der Eindruck mit der neuen Stimme 😊 **positiv** → **Termin** ✓
... oder ...
- Ist der Eindruck ☹️ **negativ** → **Ende**
der Kundenbeziehung schon hier!

Was gibt Anrufer/innen Sicherheit?

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

Schritt 2: Die Klingende Visitenkarte



2

Klingende Visitenkarte

Die perfekte Meldung am Telefon und Antwort auf die Frage:

Wer ist das, der mich anruft?

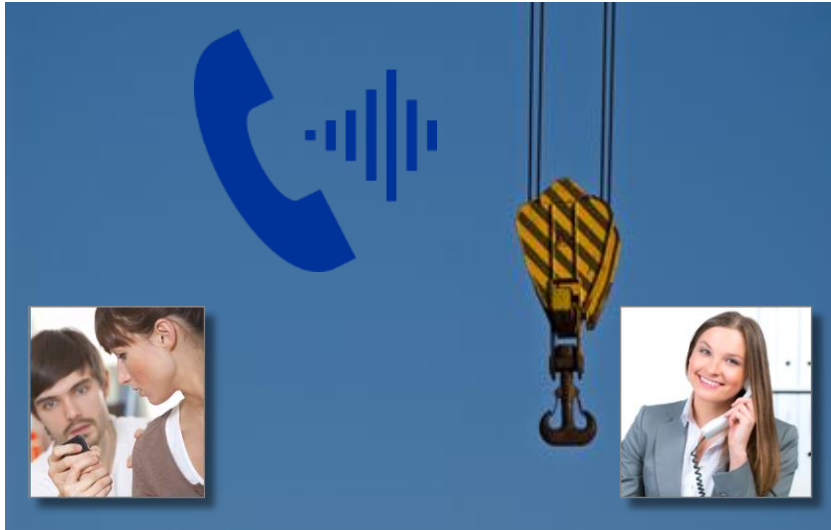
Interessent/in fragt sich: Wer ist das? Die Meldung mit einer „Klingenden Visitenkarte“ ist die Basis für Erfolg:

- Gefühlte **10% langsamer sprechen** strahlt Souveränität und Sicherheit aus
- **Erste Worte** „Guten Tag Herr/Frau ...“
- Den eigenen **Name verständlich nennen**
- **Körpersprache** für besseren Stimmklang nutzen: stehend telefonieren gibt z.B. eine gute „Vorspannung“ in der Stimme

Ergebnis

- Als Anrufer/in kommen Sie gut ´rüber, wirken sympathisch und kompetent
- Mit hoher Quote Termine vereinbaren
- Basis für Vertrauen und Kundenbeziehung

Schritt 3: Mit einem starken Aufhänger Vertrauen aufbauen



3 Starke Aufhänger...

... stellen Vertrauen her!

Zwei bis vier Wahrheiten bringen die Gesprächspartner zum Nicken „**Ja, stimmt!**“ und „fest an den Haken“:

- „Wir haben gestern Abend kurz nach 21 Uhr eine Anfrage bekommen auf den Namen Hans Meiser, sind Sie das selbst?“

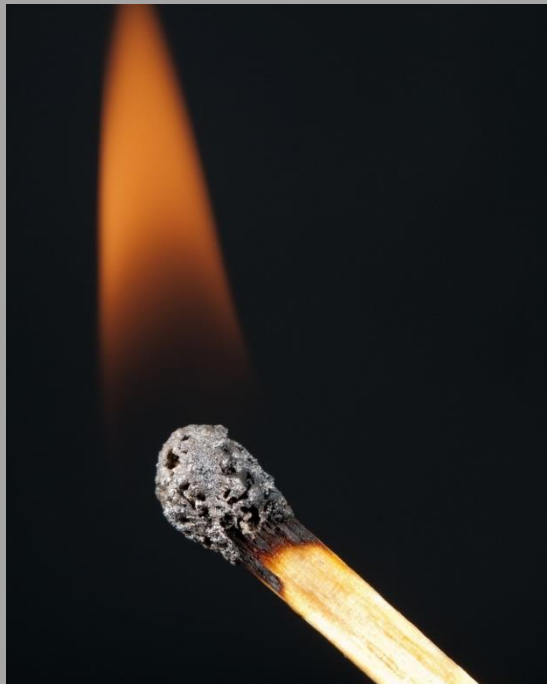
... **Meiser: Ja!**

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

Die Interessenten sagen sich „**Ja, stimmt**, der Anrufer hat recht!“ und haben ein 😊 **gutes Gefühl**

▶ **Der 3-stufige Vertrauensaufbau funktioniert sicher und benötigt weniger als 1 Minute!**

Warum mit Ihnen? Kurzpräsentationen in Streichholzlänge



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.

Wir haben mehr als 800 Akquise-Projekte analysiert und die **19 Erfolgsfaktoren** herausgearbeitet, die auch Ihre Präsentationen und Kundenköder „unwiderstehlich“ machen können.

Damit können Sie Ihre Erfolge steigern:

- In Neukunden-Akquise und Kundenberatung
- In E-Mails, Telefonaten, Digital- und Printmedien
- In Online-Präsentationen und Face-to-Face

Beispiele aus Ihrer Branche geben wir Ihnen gerne:

▶ www.terminland.de/eckart.krueger

Was sagen Kunden und Anwender?

“

**„Die erhoffte Strategie wurde erarbeitet.
Das erarbeitete Konzept funktioniert! Es
hat mir sehr viel gebracht.“**

Dipl.-Ing. Hendrik Kaczorek
Geschäftsführer

”

Weitere Kunden- und Anwenderstimmen:

▶ www.akquise-werkzeuge.de/stimmen

Phase 3: Erfolgreich beraten + abschließen **EVA+System**



Hohe Abschlussquoten und Umsatzerfolge entstehen durch professionelles automatisiertes Zusammenspiel

- Beratende E-Mails
- Automatisierte Online-Tools
- Terminvereinbarung am Telefon
- Online-Beratung, Telefonate, Screensharing

Wo wird die Kaufentscheidung getroffen?



- Wir werfen einen Blick in die **Entscheidungszentrale**, das emotionale Kundengehirn „**limbisches System**“
- Wie funktioniert diese Entscheidungszentrale?
- Welche Kundentypen gibt es?
- Wie kann der Erfolg vervielfacht werden durch typgerechte Argumentation?

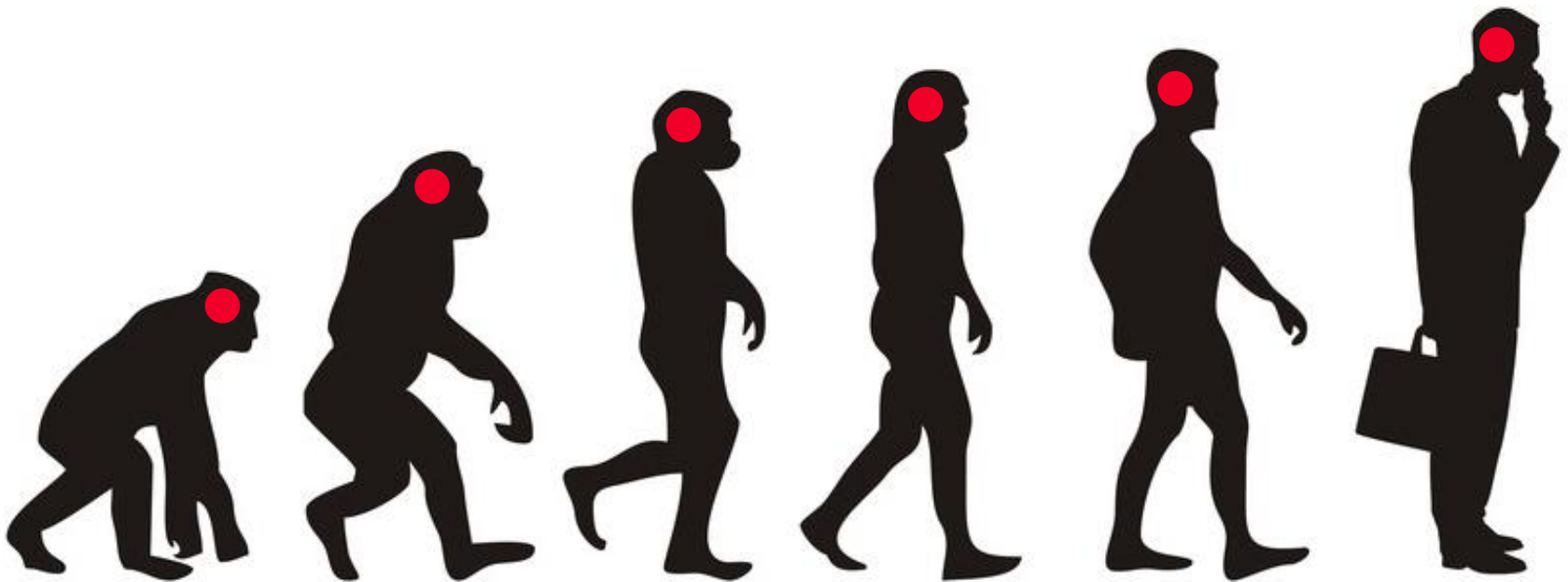
“Der Kunde steht bei uns im Mittelpunkt!”

Das sagt fast jeder.



**Aber: Was bedeutet das konkret?
Zum Beispiel für die professionelle Leadbearbeitung und eine
typgerechte Kundenbetreuung?**

Letztes Upgrade vor 70.000 Jahren!



● Jede Kommunikation muss durch das limbische System – das emotionale Kundengehirn!

Wie nimmt Ihr Kunde wahr?

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

Jede Information wird
blitzschnell 😊 oder ☹ bewertet

Bewusst: nur ca. 200
pro Sekunde!

unbewusste
emotionale Bewertung
im limbischen System

Emotionale Kundentypen, Werte, Emotionen

Der Kreis menschlicher Emotionen:



► Tipp: Stellen Sie geschickte Fragen nach dem Kundentyp!

Die richtigen Fragen sind Gold wert! Ein Beispiel:

Was hat Sie denn bewogen, sich gerade jetzt mit ... zu beschäftigen?

Drei mögliche Antworten von verschiedenen Kundentypen zum Thema Altersvorsorge:

- „Wir haben gerade meine Großmutter ins Altenheim gebracht - und das Geld reicht hinten und vorne nicht. In so eine Situation möchte ich selbst niemals kommen, dass ich meiner Familie zur Last falle.“
- „Ich will mit 55 nicht mehr arbeiten und mit meiner Yacht um die Welt segeln.“
- „Die Inflation macht mir Angst. Ich weiß gar nicht, wie das alles funktionieren soll“

Top-Seller – das sind Berater und Verkäufer mit **mehr als 80 % Abschlussquote**, nutzen die Kunden-Antworten für **typgerechte Beratung** und erzielen sehr hohe Abschlussquoten.

Andere Kundentypen wollen andere Beratungs-Stile und Werte

Der Kreis menschlicher Emotionen:



► Tipp: Gehen Sie auf den emotionalen Kundentyp bestmöglich ein!

Fazit: Verkaufserfolge sind stark emotional gesteuert!



Verschiedene Kundentypen wünschen sich deutlich unterschiedliche Arten der Beratung!

**Informationen werden –
besonders zu Beginn einer Kundenbeziehung –
emotional bewertet!**

Achten Sie deshalb auf eine typgerechte Argumentation.
Das gilt für alle Kommunikationskanäle und Sinne und
steigert auch die Kundenzufriedenheit!

Mehr Informationen zu Ausbildung und Coaching:

www.terminland.de/eckart.krueger

E-Mail: info@akquise-werkzeuge.de

Was sagen Kunden und Anwender?

“

Wenn Sie die limbischen Typen erkennen, ist das ein 'eye-opener' und leitet zuverlässig zum Erfolg!“

Ines Kaldas, Geschäftsführerin eines Beratungs-Instituts

„Wir bekommen jeden Kunden, wenn wir uns limbisch vorbereiten!“

Vertriebsleiter V. Goulios

“

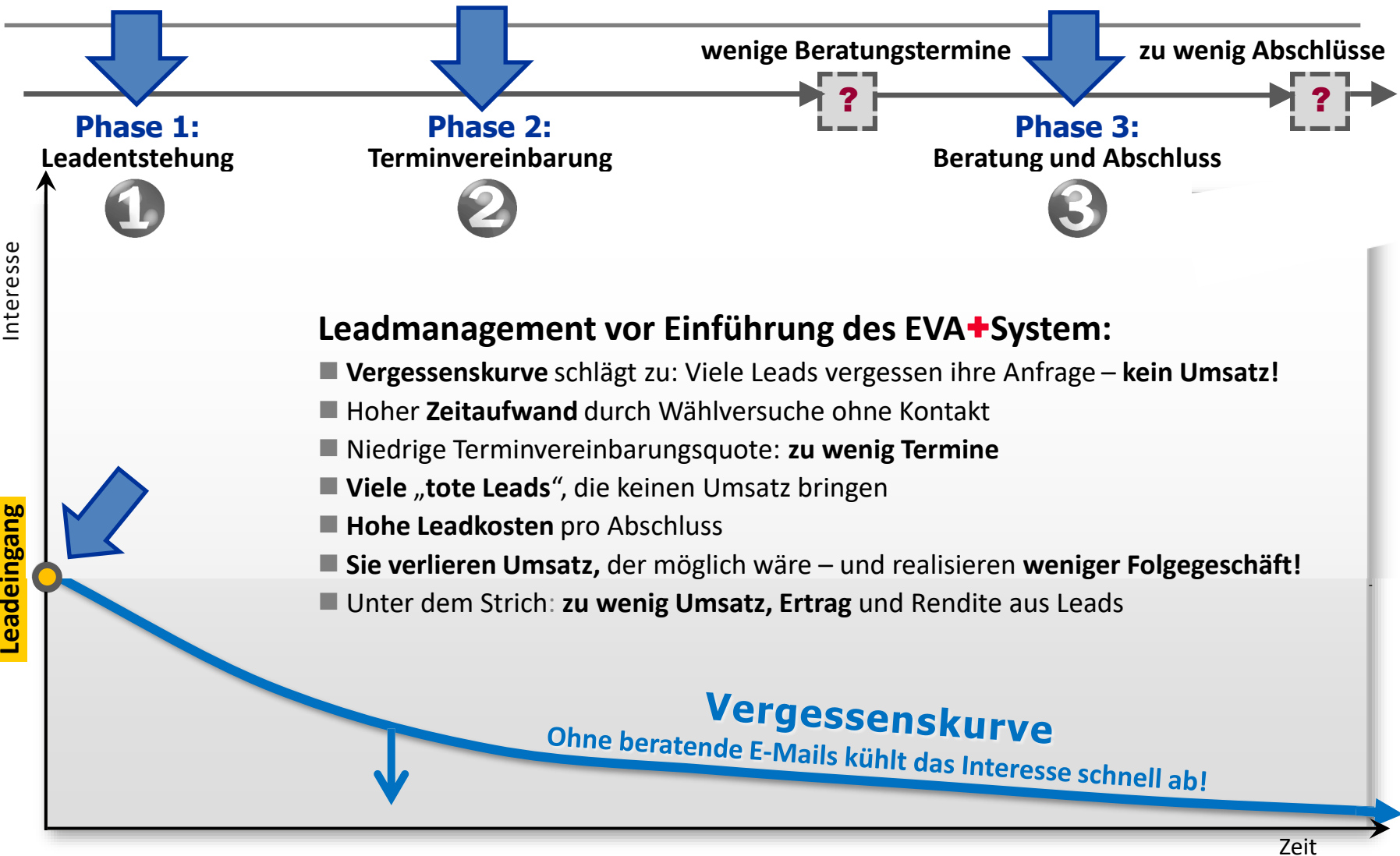
► Mehr Stimmen auf www.akquise-werkzeuge.de/stimmen/



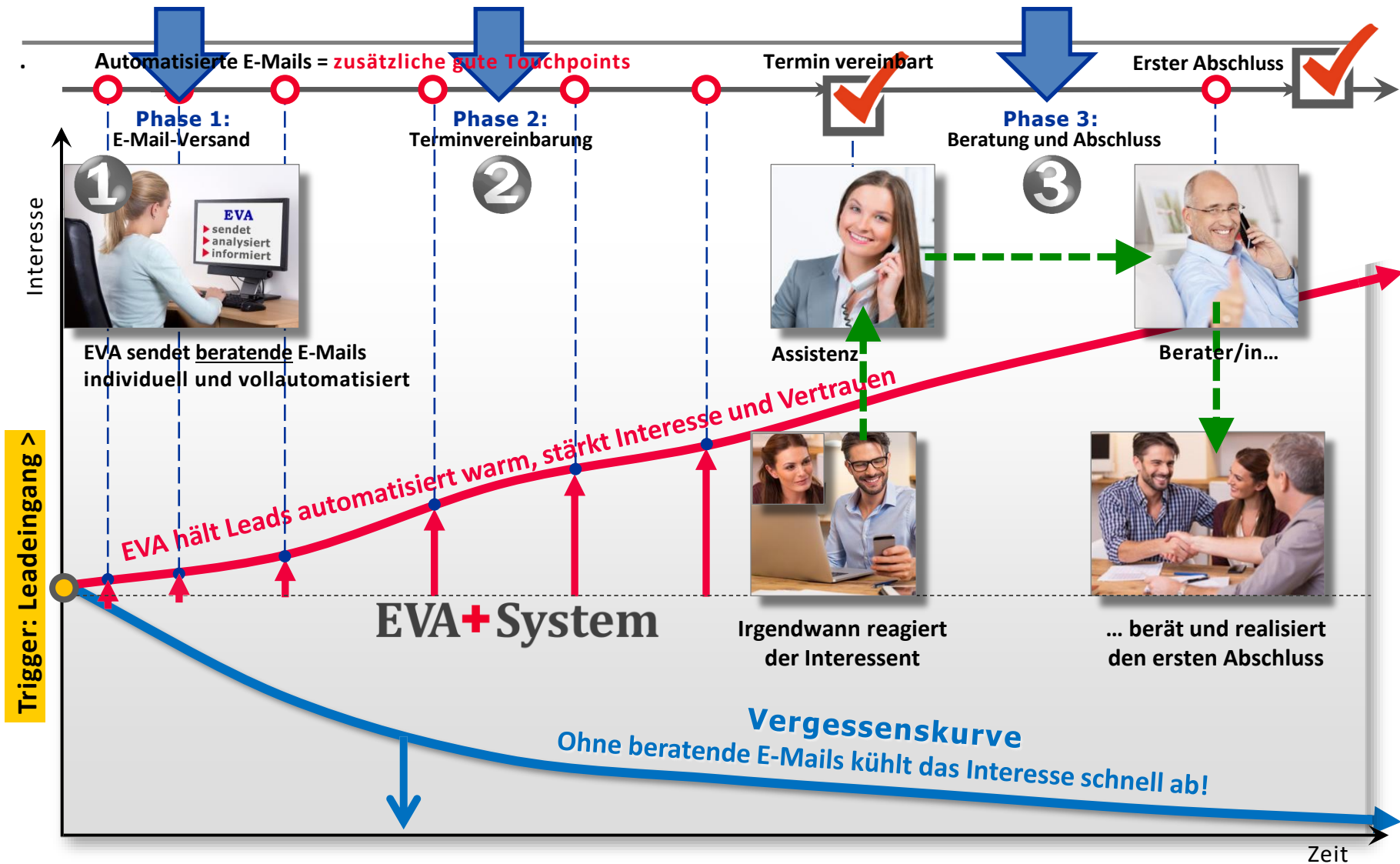
Wie können **Abschlussquoten**, Umsatz und **Gewinn** deutlich gesteigert werden?

Bei gleichzeitiger Senkung von **Zeitaufwand** und **Kosten** pro Abschluss?

Praxisbeispiel: keine Automatisierung = Umsatz geht verloren!



Praxisbeispiel: Nach Leadeingang mit dem EVA+System



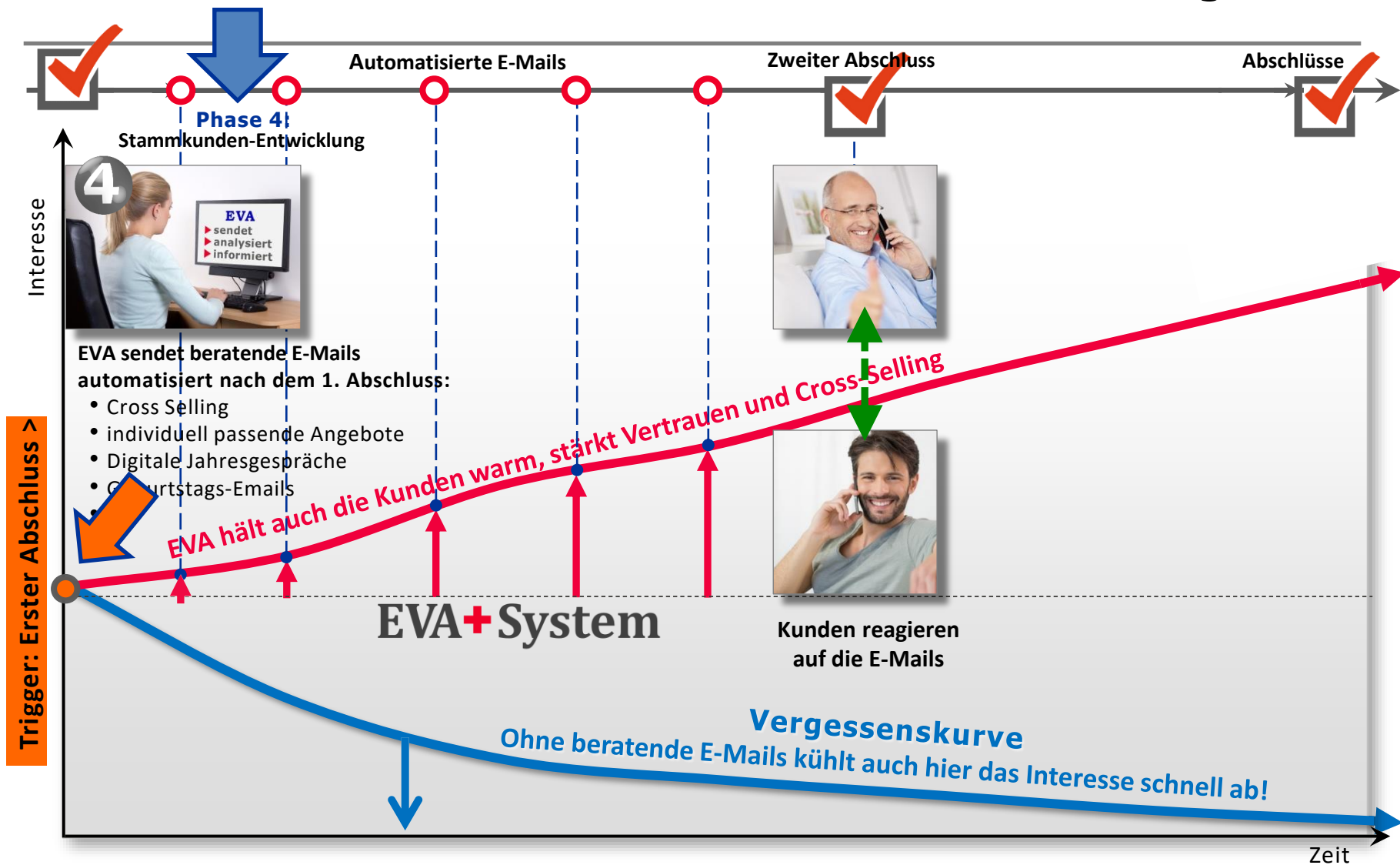
Phase 4: Stammkunden-Entwicklung



Zufriedene Stammkunden entwickeln mit

- automatisierten beratenden E-Mails
- Online-Tools
- analogen vertrieblichen Fähigkeiten:
Telefonate, Online-Beratung, Face-to-Face...

Nach dem 1. Abschluss: automatisierte Kundenbetreuung



Ergebnisse

EVA+ System



Anwender sind sehr zufrieden, weil...

- viele gute automatisierte Kontakte Interesse wecken und die Leads warm halten
- der Zeitaufwand für Berater und Team durch Automatisierung minimiert wird
- die Terminvereinbarungsquote und die Anzahl der Beratungstermine steigen
- Die Abschlussquote deutlich besser wird, der Umsatz vervielfacht werden kann
- Viele Leads aus der Datenbank nach Jahren ihren ersten Vertrag abschließen
- Die Leadkosten pro Abschluss sinken, Ertrag und Gewinn steigen

Unsere Empfehlung:

**Nutzen Sie die Kombination aus
bewährten analogen Vertriebsmethoden
und digitalen Werkzeugen und Tools!**

Angebot



- 1. Schritt: kostenfreies Telefonat
- Alles rund um beratendes E-Mail-Marketing
- Leadgewinnung durch Webinare
- Analoge vertriebliche Fähigkeiten entwickeln
- Beratung und Umsetzung aus einer Hand spart Zeit und Geld!

Was können Sie von uns erwarten?

EVA+System



Erster Schritt: Kostenfreies Beratungs-Telefonat

- Wir besprechen **Ihre Aufgabenstellung** am Telefon – auf Wunsch mit Screensharing, gerne auch als Webkonferenz mit mehreren Teilnehmern
- Wir bewerten gemeinsam Ihre **Möglichkeiten**
- Sie erkennen **Entwicklungs-Potenziale** für Unternehmen und Team
- **Fehlerquellen** erkennen und beheben
- Sie gewinnen **Ideen**, die Sie sofort umsetzen können
- Dafür nehme ich mir 1 Stunde Zeit.
Diese Leistung bieten wir kostenfrei an.

▶ **Terminvereinbarung auf www.terminland.de/eckart.krueger**



Automatisierung und Beratendes E-Mail-Marketing

- Beratung, Strategie, Konzeption von E-Mail-Marketing Kampagnen
- Content-Entwicklung für die E-Mails
- Beratung bei der Software-Auswahl
- Hilfe bei der Umsetzung und Begleitung in der Praxis

Alles rund um Kunden-Telefonate und Präsentationen

- Leitfäden vom Leadeingang bis zum Abschluss
- Coaching für Berater und Teams
- Erstellung individueller Schulungsvideos zu allen Themen

Bewährte Methoden aus 30 Jahren Praxis

- Beratung am Telefon oder bei Ihnen vor Ort
- Coaching „On-the-Job“ in Intervallen ist sehr effizient und beliebt
- **Full-Service:** erfolgreiche Neukunden-Akquise online und offline

Intervall-Methode sichert Erfolge

Beratung, Training und
Coaching „On-the-Job“



Zertifizierter Berater und
Coach mit mehr als 25 Jahren
Vertriebstrainer-Erfahrung

- **Training und Coaching** in mental leicht verdaulichen kleinen Einheiten (z.B. 1 Std.)
- **In den Praxisphasen** zwischen den Einheiten (z.B. 1 bis 2 Wochen) festigt sich das Gelernte in der praktischen Anwendung
- Schulungen sind zu 100 % an der Praxis der Teilnehmer/innen orientiert
- Training und Coaching zeit- und kostensparend am Telefon mit Screensharing oder als Webinar
- Auf Wunsch mit **Video-Aufzeichnung**

Angebot: Leadgewinnung durch Webinare

The grid contains 24 slides, each with a number in the bottom left and a star icon in the bottom right. The slides cover the following topics:

- Slide 1:** Webinar: Mehr Effizienz, Umsatzwachstum und Zeit gewinnen mit dem EVA+System
- Slide 2:** Herzlich Willkommen: Willkommen beim ersten Webinar mit dem EVA+System
- Slide 3:** Vertriebsfolge beruhen auf 3 digitalen und analogen Schritten: EVA+System Leadbearbeitung + Ergebnisse optimieren
- Slide 4:** 4 Phasen führen sicher zum Erfolg: EVA+System Geschäftslicher Leadmanagement-Prozess
- Slide 5:** Unser Service nach dem Webinar für Sie: Detail-Informationen + Service
- Slide 6:** Berater und Vertriebs-Coach mit dem EVA+System: Robert Krüger
- Slide 7:** Vertriebs-Problem „Blackbox“ der Kauf-Interessanten
- Slide 8:** Analyse bringt Monitoring und Priorisierung der Leads
- Slide 9:** Monitoring nutzt moderne hochwertige Software-Technologie
- Slide 10:** Die Lösung: Kauf-Interessanten mit EVA+ sichtbar machen
- Slide 11:** Was sagen Kunden und Anwender?
- Slide 12:** Technologie: 3 Klassen Software zur Auswahl

- Wir helfen wir Ihnen gerne, Ihre Webinare und Präsentationen zur Leadgewinnung weiterzuentwickeln oder zu optimieren:
- **Strategie**, Kittelbrennfaktoren und „Kaufknöpfe“ finden
- **Präsentation** optimieren und **Coaching** für die Präsentation
- **E-Mail-Marketing-Technologie** rund um das Webinar
- Einladungs-E-Mails vor dem Webinar und **Follow-Up** nach dem Webinar
- ▶ Nehmen Sie einfach Kontakt mit uns auf!

Lohnt sich das?



Ihre Investition

Von dieser Investition profitiert Ihr Unternehmen viele Jahre.

Schlanke Abrechnung

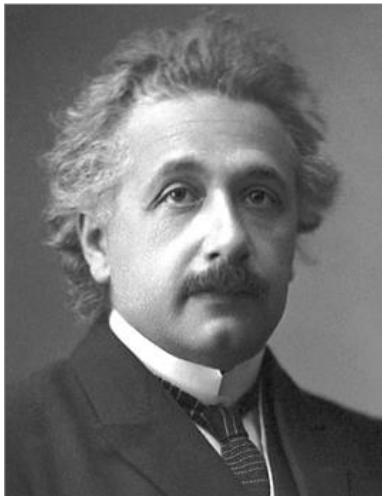
Wir bieten Ihnen ein einfaches schlankes Abrechnungsverfahren, das sich in den letzten Jahren in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden entwickelt hat.

▶ Für ein individuelles Angebot nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf!

Noch ein paar Gedanken dazu:

EVA+System

- Lösungen für Probleme sind oft einfacher als wir denken.
Wir sehen sie nur nicht!
- Wir denken innerhalb der Grenzen unserer eigenen Erfahrung, weil uns das Sicherheit gibt. Dadurch verhindern wir aber auch neue Sichtweisen!
- Unsere aktuellen Ergebnisse sind die Ergebnisse unserer jetzigen Sichtweise
- Wenn wir andere Ergebnisse erzielen wollen, müssen wir unsere Sichtweise und unsere Aktivitäten ändern!



Albert Einstein:

„Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind.“

Unser Tipp:

EVA+System



Viel Erfolg im Vertrieb!
Ihr Eckart Krüger

Checkliste gratis downloaden:
<https://www.akquise-werkzeuge.de/checkliste-webinar/>

Nutzen Sie die Vorteile beider Welten

– aus dem analogen und dem digitalen Vertrieb –
und modernisieren Sie Ihre Abläufe!

Wir freuen und auf den Kontakt mit Ihnen:

E-Mail: info@akquise-werkzeuge.de | T: +49 6151 800 36 060