

Potenzialausschöpfung

Das Kundenmanagement optimieren für einen langfristigen Markterfolg

Lesen Sie heute:

- Zitate des Monats
- Folge 5 der Newsletterreihe zum Thema „Stimme“
- Tipps des Monats
- [PARLA®](#) -Artikel zum Thema
- [PARLA®](#) -Buchtipps
- Zahl des Tages
- [PARLA®](#) -Seminare zum Thema
- Kurioses & Interessantes
- Ihr Feedback und Impressum



Sprich, damit ich Dich sehe.

Ihr Partner für
Stimm- und Sprechtraining,
Führungskommunikation und
Work-Life-Strategie

Zitate des Monats



„Nicht mit Erfindungen, sondern mit Verbesserungen macht man Vermögen.“

Henry Ford (1863 - 1947), Gründer von Ford



„Langfristig sind Sie nur erfolgreich, wenn Sie wissen, warum sie erfolgreich sind.“

Rupert Lay (*1929), deutscher Theologe, Philosoph, Rhetorik- und Hochschullehrer, Unternehmensberater



„Wer hohe Türme bauen will, muss lange beim Fundament verweilen.“

Anton Bruckner (1824 - 1896), österreichischer Komponist

Folge 5 der neuen Serie zum Thema „Stimme“

Lesen Sie heute Folge 5 unserer Newsletterreihe zum Thema „Stimme“.

„Die lächelnde Stimme - Der große Effekt einer positiven Stimme“

Wer beruflich viel telefoniert, weiß, welchen Unterschied es für das eigene Gefühl ausmacht, ob der Mensch am anderen Ende positiv gestimmt zu sein scheint - oder nicht.

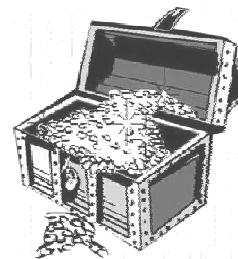
Wenn Sie mit jemandem sprechen, der genervt oder muffig wirkt, steckt es Sie entweder an oder es macht Sie aggressiv.

[Lesen Sie hier weiter...](#)



Tipp des Monats: Defizite im betreuenden Innendienst**Verschenktes Potenzial - Geheimnisse der Potenzialausschöpfung****1. Aktive Vermarktung von Service-Dienstleistungen**

Die Idee ist einfach: Was der Kunde nicht weiß, will er nicht haben. Oftmals ist nicht die mangelnde Kaufbereitschaft des Kunden ausschlaggebend, sondern das fehlende Wissen über das Angebot. Nach der Studie von der Mannheimer Hochschule vermarkten nur 60 % der Unternehmen ihre Service-Dienstleistungen aktiv, indem sie beispielsweise ihre Kunden offensiv ansprechen. Von diesen Unternehmen haben wiederum nur 46,2 % eine spezielle Kundendatenbank als Voraussetzung für eine aktive Kundenakquise. Durch eine ausgearbeitete Kommunikationsstrategie lassen sich solche Defizite leicht vermeiden.

**2. Service- und Beratungsgespräche als Verkaufsgespräche nutzen**

Der Kunde meldet einen Schaden oder hat ein anderes Anliegen, das ihn dazu bringt, mit dem Anbieter in Kontakt zu treten? Das ist eine optimale Gelegenheit für den Innendienstmitarbeiter, aktiv zu verkaufen. Diese erfolversprechende Chance wird jedoch oft vernachlässigt, weil viele Innendienstmitarbeiter nicht mit dem Verkaufsprozess vertraut sind. Dabei liefern Service- und Beratungsgespräche eine ideale Vorlage für Verkaufsgespräche.

Artikel: Kunden behalten und Potenziale erweitern – Optimierungsprobleme in der Potenzialausschöpfung**Das Erfolgsrezept für den langfristigen Markterfolg!**

Besonders in wirtschaftlich turbulenten Zeiten, die von Marktumbrüchen und steigendem Verdrängungswettbewerb geprägt sind, sind viele Unternehmen mehr denn je gezwungen, erfolversprechende Marktentwicklungen frühzeitig zu identifizieren und konsequent umzusetzen. Nur was sind die zukunftsweisenden Marktentwicklungschancen, die uns in dieser von Diskontinuität und globalen Verwerfungen geprägten Weltwirtschaft sicher in die Zukunft geleiten?



Sowohl renommierte Wirtschaftswissenschaftler, als auch ausgewiesene Praktiker sind sich einig, dass eine der entscheidenden Marktentwicklungen der Zukunft die erhöhte Potenzialausschöpfung im Stammkundengeschäft ist und in erheblichem Maße zur langfristigen Unternehmenssicherung beiträgt.

Warum gerade die Potenzialausschöpfung?

Es ist vor allem die vermeintlich leichte Aufgabe, mit Bestandskunden noch mehr umzusetzen und dabei kostensparend auf schon bestehende administrative und logistische Gegebenheiten zurückzugreifen...

Joachim Wunderlich
Leiter Vertrieb PARLA®

[Lesen Sie hier mehr ...](#)

PARLA®-Buchtipps

Hier finden Sie interessante Publikationen ausgewählter Verlage zum Thema Akquisition & Vertrieb.

Heute stellen wir Ihnen folgende Bücher vor:

- **Spitzenleistungen im Vertrieb**
- **Kundenorientierte Unternehmensführung**
- **Sales Excellence**
- **Kundenwert – Grundlagen, Innovative Konzepte, Praktische Umsetzungen**
- **Vertrieboptimierung im Firmenkundengeschäft**

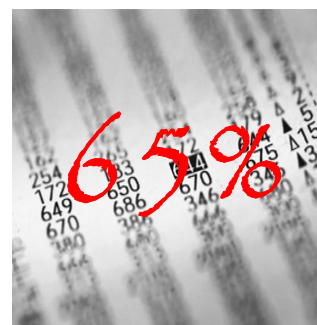


Die einzelnen Buchrezensionen finden Sie hier: [Lesen Sie hier weiter...](#)

Zahl des Tages

Erfolgsfaktor Mensch

Ein erfolgreiches Kundenmanagement wird immer wichtiger für einen nachhaltigen Vertriebserfolg. Als wichtigste Maßnahmen werden eine verbesserte Potenzilausschöpfung bei Bestandskunden aber auch eine Optimierung der Kommunikationsprozesse zwischen Kunden und Unternehmen gesehen. Im Bereich des Vertriebsmanagements sehen Banken laut der Trendstudie „Bank & Zukunft 2010“, die von IBM und dem Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) durchgeführt wurde, den Faktor Mensch als zentrale Erfolgsgröße. 65 Prozent der Teilnehmer bewerten die Qualifikation und Motivation der Mitarbeiter als den Faktor mit der größten Bedeutung für den Vertriebserfolg.



Seminarprogramm 2010 (Auswahl)

30.09-01.10.2010:	Cross-Selling im Innendienst	Online-Anmeldung	Heidelberg
18.-19.11.2010:	Preisverhandlungen	Online-Anmeldung	Heidelberg
29.-30.11.2010:	Potenzial-Kunden knacken	Online-Anmeldung	Heidelberg

Potenzial-Kunden knacken

Potenziale beim Kunden erkennen, ansprechen und ausschöpfen

Ziele

„Darf es für Sie noch ein Getränk sein?“ Eine standardisierte Frage, die für McDonalds und Co. Millionen wert sein dürfte. Selbst wenn nur wenige Kunden diese Frage mit „ja“ beantworten, entsteht ein beachtliches Zusatzgeschäft.

Laut aktueller Studien beziehen nur 30% der Kunden mehr als eine Produktkategorie bei ihrem jeweiligen Lieferanten, obwohl 60-90% der Kunden bereit wären, bestimmte Zusatzprodukte ihres Lieferanten zu kaufen. Damit Sie Ihre Kunden-Potenziale voll und ganz ausschöpfen, ist es entscheidend, mögliche weitere Produkt- und Leistungsangebote aktiv anzusprechen und den Kunden davon zu überzeugen.

Ihr Nutzen

Mit diesem Seminar wird es Ihnen zukünftig leichter fallen, bei bestehenden Kunden vorhandene Potenziale anzusprechen und zu knacken und Ihr Auftragsvolumen zu steigern.

Inhalte

- Versteckte Potenziale erkennen und nutzen – Sensibilisierung der Wahrnehmungkanäle
- Wie Sie die identifizierten Potenzialkunden in einem aussagekräftigen Portfolio qualifizieren und die festgelegten Kunden-Segmente effektiv betreuen und ausbauen
- Potenzialausschöpfungs-Strategien
- Richtige Positionierung Ihrer Leistung durch Transparenz und Nutzenklärung
- Abbau eigener Unsicherheiten und Stärkung des Vertrauensverhältnisses zum Kunden
- Wie Sie die Motive des Kunden erkennen und diese gezielt zur Positionierung Ihrer Zusatzleistungen für sich nutzen
- Verkaufsfördernde Rhetorik-Strategien
- Wie Sie bei Einwänden des Kunden die Vorteile und den Nutzen der vorgestellten Lösung an den für den Kunden relevanten Entscheidungsmotiven des Kunden erläutern und verdeutlichen

Methoden

Live-Übungen mit intensivem Einzel-Feedback, sofort umsetzbare Inputs durch den Trainer, Erarbeitung im Plenum, Diskussion, praxisbezogene Übungen, Einzel- und Gruppenarbeit.

Seminarleiter

Joachim Wunderlich, Prozessbegleiter mit mySAP® HR

- geb. 1971, seit über 8 Jahren Trainer für Führungskräfte, gewerbliche Mitarbeiter und Vertriebsmitarbeiter
- Train-the-Trainer-Ausbildung, Business-Coaching Weiterbildung
- Studium der Pädagogik, EFQM-Assessor
- Verkaufs-Auditor und Projektmanager, von über 1.200 nationalen und internationalen Verkäuferqualifizierungen
- Gebietsverkäufer im Direktvertrieb

Leistungen

- Teilnehmerunterlage, Tagungsgetränke, Pausenverpflegung und Mittagsimbiss

Ort

- Hotel im Zentrum Heidelbergs

Preis

- 850,00 EUR zzgl. MwSt.

Uhrzeit

- 1. Tag: 10:00 – 18:00 Uhr
- 2. Tag: 9:00 – 17:00 Uhr

[Melden Sie sich hier gleich online an...](#)

Bei Fragen und Wünschen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung

- per Telefon unter 06221 58 58 40
- per E-Mail unter info@parla.de

Kurioses & Interessantes**Schlafpause erhöht die Motivation**

In zahlreichen US-Unternehmen hat sich „Power Napping“ bereits durchgesetzt. Amerikanische Schlafforscher wollen den wissenschaftlichen Beweis für die Wirksamkeit des Büroschlafes erbracht haben. So zeigt unter anderem eine Studie der Cornell-University, dass eine 20-minütige Schlafpause die Motivation erhöht und Fehler verhindert.

Die Dienst-Siesta sei nicht nur leistungsfördernd, sondern entlaste auch die geplagten Rücken der Büroarbeiter. „Durch Bandscheibenschäden entsteht in Deutschland ein volkswirtschaftlicher Schaden von 35 Millionen Euro im Jahr“, weiß der Trendforscher. Im Liegen würden die Bandscheiben am besten entlastet.

Quelle 1: www.faz.net

Kein Optimismus im Büro

Im Büro deutet häufig nur wenig auf Begeisterung und Euphorie hin. Tatsächlich hat Heiterkeit im Betrieb ein wahrhaftiges Imageproblem. Gut gelaunte Mitarbeiter stehen überraschend schnell unter dem Generalverdacht, dass es ihnen, nun ja, zu gut geht. Nicht wenige Manager glauben, dass Optimismus und gute Laune im Büro ablenken, fahrlässig und faul machen.

Der Gedanke dahinter: Wer satt ist, geht nicht mehr auf die Jagd; wer zufrieden ist mit sich und der Welt, strengt sich weniger an. Entsprechend ernst geht es in vielen Unternehmen zu: Es wird geschwiegen und gelangweilt, drangsaliert und geschurigelt. Und dafür kaum noch gelobt, gescherzt, gelacht. Der Alltag – ein einziges Trauerspiel. Da bleibt nur zu sagen: „Wer schaffen will, muss fröhlich sein.“ (Theodor Fontane)



Quelle 2: www.karrierebibel.de

Ihr Feedback & Interesse

Wir möchten Sie mit unserem Newsletter und Know-how zukünftig noch gezielter in Ihrem Berufsalltag unterstützen

Dafür benötigen wir Ihre Hilfe. Wir freuen uns sehr, wenn Sie die Möglichkeit nutzen, uns Ihre Wünsche und Interessen zu nennen, damit Sie noch mehr von unserem Leistungsangebot profitieren können.

Ihre Rückmeldungen werden bei uns selbstverständlich vertraulich ausgewertet.

Senden Sie uns bitte Ihre Rückmeldungen und Anregungen einfach...

- per Fax an +49 6221 48 40 57
- per E-Mail an meine E-Mail-Adresse jwunderlich@parla.de

Ich möchte gerne Informationen zu ...

- TOP-Führungskräfte-Coaching
- Rhetorik-Zertifikat (DGSS)
- PARLA®-Seminarüberblick
- PARLA®-Leistungsüberblick
- PARLA®-Unternehmensbroschüre

Newsletter-Feedback

- Ihr Newsletter gefällt mir, weiter so!
- Ich wünsche mir ...

- Ja, ich möchte telefonisch beraten werden.

Bitte rufen Sie mich an, vorzugsweise am _____
Datum, Uhrzeit

- Ja, ich möchte einen persönlichen Gesprächstermin vereinbaren.

Bitte bestätigen Sie den Termin am _____
Datum, Uhrzeit


Impressum

PARLA® - Ihr Partner für Stimm- und Sprechtraining, Führungskommunikation und Work-Life-Strategie, Bahnhofstraße 51, 69115 Heidelberg, Telefon: 06221/ 58 58 40, Fax: 06221/ 48 40 57, E-Mail: info@parla.de, Internet: www.parla.de

- Sie möchten den Newsletter weiterempfehlen? Herzlichen Dank!
- Sie wollen sich neu zum [Newsletter anmelden](#)? Hier geht es!
- Sie wollen den [Newsletter abbestellen](#)? Schade.
- Sie haben Fragen und Anregungen? E-Mail an: jwunderlich@parla.de

Redaktion Joachim Wunderlich




Ihr Joachim Wunderlich
Leiter Vertrieb PARLA®