

## Nutzen Sie Ihr Umsatzpotenzial Mit dem Innendienst Vertriebschancen entdecken



Sprich, damit ich Dich sehe.

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

### Lesen Sie heute:

- Zitate des Monats
- Folge drei der Newsletterreihe zum Thema „Stimme“
- Tipps des Monats
- PARLA® -Artikel zum Thema
- PARLA® -Buchtipps
- Zahl des Tages
- PARLA® -Seminare zum Thema
- Kurioses & Interessantes

### Zitate des Monats



**„Wahrscheinlich gehört das zu den häufigsten Fehlern die wir begehen: Dass wir denken, alle dächten so wie wir.“**

Hermann Kant (\*1926), deutscher Schriftsteller



**„Ich bin der schlechteste Verkäufer der Welt - darum muss ich es den Kunden einfach machen, bei mir zu kaufen.“**

Frank W. Woolworth (1852-1919), amerik. Kaufhausgründer

### Folge drei der neuen Serie zum Thema „Stimme“

Lesen Sie heute Folge drei unserer monatlichen Newsletterreihe zum Thema Stimme.

#### **„Die Magie der Stimme - Welche Faktoren beeinflussen Ihren Stimmklang“**

Ihre Stimme als Visitenkarte: Körperspannung, Atmung und innere Einstellung bestimmen den Klang Ihrer Stimme.

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



**Tipps des Monats: Wie Sie im Kundendienst mit Einwänden umgehen****Einwände behandeln und Umsatz machen**

Vor allem der Gedanke an bzw. die Angst vor möglichen Einwänden des Kunden lässt vielen Innendienst-Mitarbeitern das Blut in den Adern gefrieren. Dabei können Sie sich gerade bei Einwänden exzellent darauf vorbereiten, denn es sind fast immer die gleichen Bedenken.

Anbei habe ich Ihnen die fünf häufigsten Einwände und eine mögliche Antwort aufgelistet.

**Ihr Kollege vom Mitbewerber ist billiger.**

- Natürlich gibt es Preisunterschiede. Die Praxis hat allerdings gezeigt, dass ein Preisunterschied meist auch einen Unterschied in der Qualität bedeutet. Sie haben mir ja gesagt, dass Qualität für Sie wichtig ist.

**Ich hole mir zuerst noch ein anderes Angebot.**

- Ich sehe, Herr Kunde, dass ich Sie noch nicht restlos überzeugen konnte. Können Sie mir sagen, was für Sie noch offen ist?

**Das ist mir zu teuer.**

- Ich verstehe, Herr Kunde, dass Ihnen der Betrag hoch erscheint. Vergleichen Sie jedoch die Vorteile, wie ... die Ihnen dieses Produkt bringt. Ist die Investition dafür nicht fair?

**Sie wollen ja nur verkaufen!**

- Natürlich will ich Ihnen etwas verkaufen, aber eben nur etwas, das genau zu Ihnen passt. Deshalb habe ich noch ein paar Fragen an Sie ...

**Ich überlege es mir noch.**

- Herr Kunde, ich sehe, dass Sie noch nicht restlos überzeugt sind. Überlegen wir gemeinsam. Welche Fragen sind für Sie noch offen?

**Artikel: Innendienstvertrieb – Ertragspotenzial-Garantie...**

...aber nur, wenn Sie Ihre Mitarbeiter mit einbeziehen.



Bis zu 50 Prozent aller Kundenkontakte erfolgen nach wie vor über das Telefon. Ihr Innendienst ist also der Hauptansprechpartner Ihrer Kunden.

Nutzen Sie die Beratungskompetenzen Ihrer Innendienst-Mitarbeiter, um ungenutzte Potenziale voll ausschöpfen und Zusatzverkäufe generieren zu können.

*Joachim Wunderlich*  
Leiter Vertrieb PARLA®

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

**PARLA®-Buchtipps**

Hier finden Sie interessante Publikationen ausgewählter Verlage zum Thema „Verkaufstarker Innendienst“.

Heute stellen wir Ihnen folgende Bücher vor:

- *Verkaufsaktiver Innendienst*
- *Vertriebspraxis Innendienst*
- *Ran ans Telefon!*
- *Der Mythos vom König Kunde*
- *Konzeption eines Inbound-induzierten Vertriebs*
- *Der neue Innendienst*



Die einzelne Buchrezension finden Sie hier: [Lesen Sie hier weiter...](#)

**Zahl des Tages**

**Cross-Selling funktioniert doch**

Laut Sales-Profi-Studie 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. Mehr als 500 Abnehmer von Industriegütern wurden dazu befragt.



**Seminarprogramm 2009 (Auswahl)**

16.-17.11.2009:	Verhandlungsführung für Juristen	<a href="#">Online-Anmeldung</a>	Düsseldorf
09.02.2010:	Im Kundengespräch überzeugen	<a href="#">Online-Anmeldung</a>	Mannheim
26.-27.04.2010:	Verkaufstarker Innendienst	<a href="#">Online-Anmeldung</a>	Frankfurt



**PARLA® wingwave®-Coaching**  
**Turboerfolg mit Langzeitwirkung**

**PARLA®**

**NÄCHSTES offenes SEMINAR:****26.-27. April 2010****Verkaufsstarker Innendienst**

Bei bestehenden Kunden Potenziale ausschöpfen

**Ihr Nutzen**

Ein Trend wird Pflicht: Der betreuende Innendienst als Verkaufsstandbein. Der Kunde meldet einen Schaden oder hat ein sonstiges Anliegen. Das ist die Gelegenheit für Ihren Innendienst, aktiv zu verkaufen, denn Service- und Beratungsgespräche liefern die ideale Vorlage für Verkaufsgespräche.

In diesem Seminar trainieren Sie Methoden, wie Sie aus Bestellannahmen und Produktberatungen Verkaufsgespräche zielorientiert führen und Verkäufe anstoßen.

**Inhalte***Neupositionierung des Innendienstes*

- Anforderungen an Innendienstmitarbeiter mit Vertriebsaufgaben - Was Sie sich in der neuen Rolle bewusst machen sollten
- Erarbeitung eines Leitfadens zur Neuausrichtung des Innendienstes

*Aufbau und Etablierung eines Innendienst-Vertriebs*

- Steuerung der Innen- und Außendienstmitarbeiter
- Erfolgreiche Implementierung – Von der Pilotkampagne bis zum Controlling

*Innendienst - Zusatz- und Ergänzungsverkäufe tätigen*

- Wie Sie sich die Angst nehmen, das bisher aufgebaute Vertrauensverhältnis zum Kunden zu gefährden, wenn Sie nach „mehr“ fragen
- Wie Sie Ihre Zusatzverkaufsgespräche zielführend aufbauen, ohne aufdringlich zu sein
- Kunden-Motive erkennen und wirkungsvoll argumentieren, sodass Ihr Gegenüber sich verstanden fühlt
- Wie Sie den Außendienst unterstützend bei der Interessensweckung und für den Abschluss ins Spiel bringen

*Beispiele aus der Praxis*

- Fallstudien – Realisierung einer Cross-Sellingumsetzung zu einem konkreten Anwendungsfall
- Erfolgsbeispiele und erfolgreiche Kampagnen aus verschiedenen Branchen

**Methoden**

Kurzvorträge, Praxisbeispiele, Diskussion, Einzel- und Gruppenarbeit, Übungen mit Video-Feedback, Vertrag mit sich selbst, Seminarunterlagen

**Seminarleiter**

Joachim Wunderlich, Prozessbegleiter mit mySAP® HR

- Vertriebs- und Managementtrainer, EFQM-Assessor und Projektmanager mit jahrelanger Erfahrung als Berater und Business Coach
- Gebietsverkäufer im Direktvertrieb und Vertriebsleiter

**Leistungen**

- Teilnehmerunterlage, Tagungsgetränke, Pausenverpflegung und Mittagsimbiss

**Preis**

- 960,00 EUR zzgl. MwSt.

**Ort**

- dib GmbH, Frankfurt am Main

**Uhrzeit**

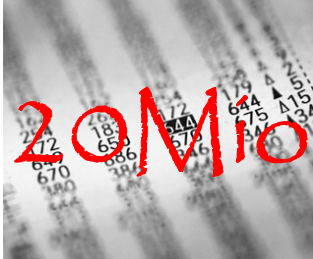
- 09:00 – 17:00 Uhr

[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](mailto:info@parla.de)

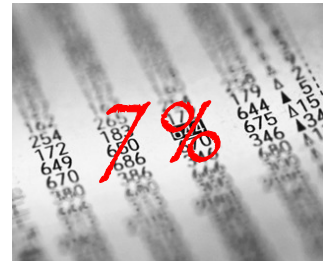
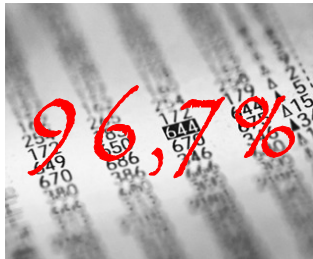
---

**Kurioses & Interessantes****Ihr Ohr zum Kunden**

Derzeit betreuen deutschlandweit rund 435.000 Menschen in 5.700 Call Centern etwa 20 Millionen Kundenkontakte pro Tag. Laut einer Studie des Deutschen Dialogmarketing Verbands (DDV) sind ca. ein Drittel ausgehende Anrufe (Outbound), zwei Drittel eingehende Anrufe (Inbound). 75% der Call Center gehören einem Unternehmen an, sind also sogenannte Inhouse Call Center. Die restlichen 25% der Call Center sind Dienstleistungsunternehmen, d.h. sie telefonieren für Auftraggeber.

**Die Basis Ihres Erfolgs**

Die Datenqualität in Unternehmen ist häufig mangelhaft. Das ergab eine Studie des Pforzheimer Datenqualitäts-Spezialisten Omikron Data Quality GmbH. Lediglich 7% der befragten Firmen gaben an, dass ihre Kundeninformationen nahezu vollständig und fehlerfrei seien. Jedes zweite Unternehmen gab eine Fehlerquote von mindestens 20% an. In jedem sechsten Unternehmen liegt die Quote sogar bei mehr als 30%. Befragt wurden über 400 Firmen mit mehr als 50 Mio. Euro Jahresumsatz.

**Beratungsinstrument Telefon**

Neun von zehn Unternehmen beraten ihre Kunden über E-Mail, Telefon und Kontaktformular. Das beliebteste Medium ist mit 96,7% immer noch das Telefon, dicht gefolgt von der Kontaktaufnahme mittels Kontaktformular (86,7%) und E-Mail (84,4%). Das ergab die novomind-Studie "Reality Check 2009:Kundenkommunikation", in der die Qualität der Kundenkommunikation von deutschen Unternehmen, Ministerien und Behörden analysiert wurde.

## 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 anonym 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 [aoser@parla.de](mailto:aoser@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](mailto:info@parla.de), Internet: [www.parla.de](http://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: [aoser@parla.de](mailto:aoser@parla.de)

Redaktion Anja Oser



Ihre Anja Oser  
Inhaberin PARLA®