

Checkliste Erstkontakt – persönlich, telefonisch, schriftlich

Quelle: Warrings, Burga, Uwe Engelhardt. *Mach deinen Markt! Handwerksleistungen besser verkaufen*. Bad Wörishofen: Holzmann Verlag. 2009. S. 60.

Immer auf der sicheren Seite

- ✓ **Garantiert virenfrei** Bevor wir Ihnen eine Datei zum Download anbieten, haben wir diese auf Viren untersucht. Dateien, die Sie direkt von uns erhalten, sind somit garantiert virenfrei.
- ✓ **Kostenfreier Benachrichtigungsservice** Bei wichtigen Änderungen zu diesem Download informieren wir Sie gerne kostenfrei und unverbindlich per E-Mail.
- ✓ **Von unserer Fachredaktion geprüft** Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

Mach deinen Markt

Bestell-Nr. 1513.02, Preis 34,90 € inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten
www.holzmann-medienshop.de



Die verschiedenen Wege Ihres Erstkontaktes

Kontaktpunkt	Wo? Was?	Sie überzeugen durch ...
persönlich	Weiterempfehlungen, persönliches Verkaufsgespräch, Kooperationspartner, Messen, Branchentreffpunkte, Seminare, Ausstellungen, Informationsveranstaltung, Pressekonferenzen, Produktvorführung, Hausmessen, Eröffnungsfest, Tag der offenen Tür, beim Sport, Hobbyausführung etc.	<ul style="list-style-type: none"> ● Glaube an Ihr Produkt ● Glaube an sich selbst ● das richtige Timing ● die angemessene Kleidung ● Interesse am Kunden ● aktive Präsenz (Zuhören, Fragen stellen etc.) ● Aufbau einer „gemeinsamen Wellenlänge“ ● Benutzung Ihres gesunden Menschenverstandes
telefonisch	Interessentenanfrage, „an alte Türen klopfen“, an aktuellen Ereignissen dranbleiben, Nachfassen von Mailingaktionen, Telefonverkauf, Marktforschung (Umfragen) betreiben etc.	<ul style="list-style-type: none"> ● schnellen Griff zum Telefonhörer ● Lächeln am Telefon (in einen Spiegel) ● eine freundliche Begrüßung ● kurze und bündige Gesprächsdauer ● Ergebnisnotierung (nichts vergessen!) ● zumindest einen Anrufbeantworter bei Abwesenheit einschalten
schriftlich	Mailing per Brief oder Fax, Informationsmappe, Newsletter, Kundenzeitschrift, Folder, Flugzettel, Katalog, Postwurfsendung, Gewinnspiele, Geschäftsberichte, Gutscheine etc.	<ul style="list-style-type: none"> ● der Interessent erkennt in Ihrem Vorschlag sein Bedürfnis, seinen Wunsch wieder ● Beweisführung Ihrer Lösungsvorschläge ● Beilagen wie Referenzen, Merkmalslisten, Muster, Bildmaterial ...