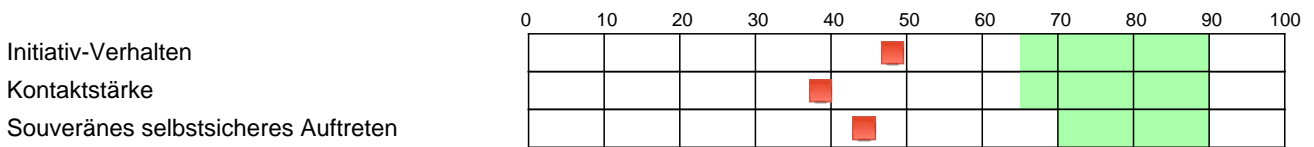


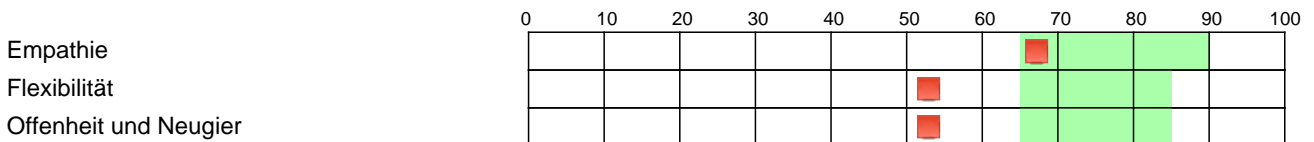
Verkaufskompetenz

Selbsteinschätzung: tester1 testfirma1

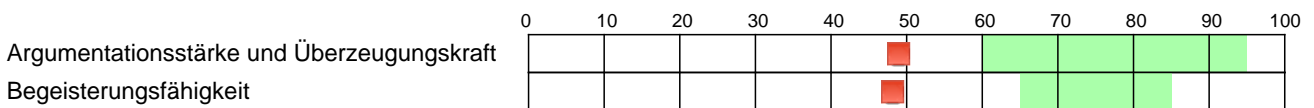
Kontaktaufnahme - Kunden kontaktieren



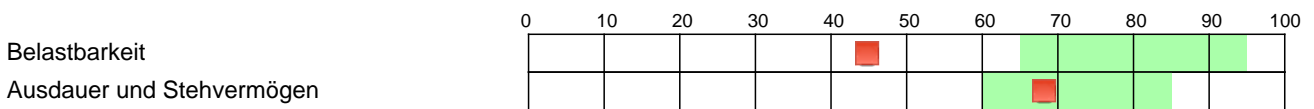
Bedarfsanalyse und Informationsbeschaffung - Was will der Kunde?



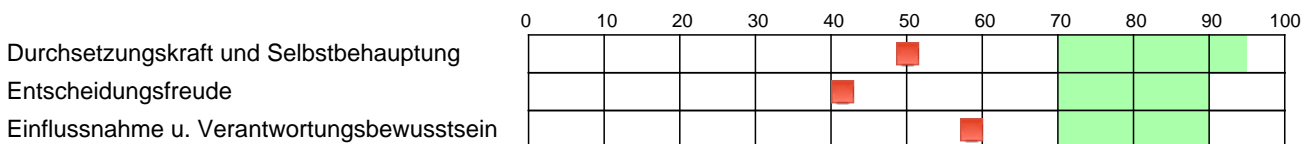
Präsentation und Beratung - Überzeugen und Begeistern



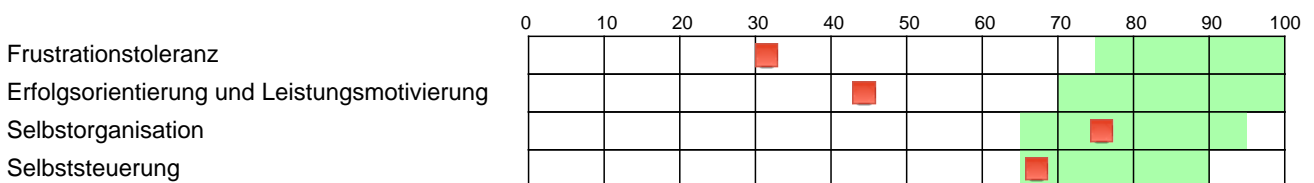
Herausforderungen und Widerstände - Dranbleiben, wenn's schwierig wird



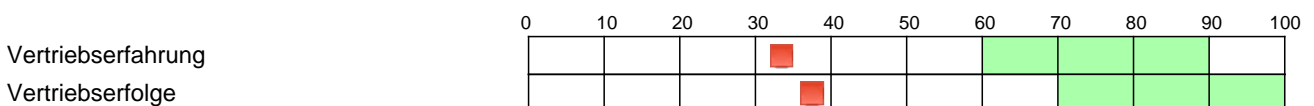
Abschluss-Sicherheit - Eine Entscheidung herbeiführen



Was den Verkäufer dauerhaft erfolgreich macht

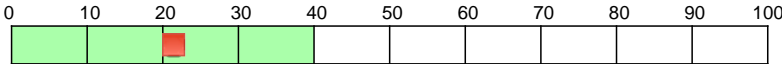


Vertriebserfahrungen und -erfolge



Tendenzen

Soziale Erwünschtheit



■ = tester1 testfirma1

Verkaufskompetenz

Selbsteinschätzung: tester1 testfirma1

Verkaufsergebnisse und Kunden fallen nicht vom Himmel. Sie müssen erarbeitet und gewonnen werden. Von der Kontaktaufnahme bis zum Abschluss müssen Vertriebsmitarbeiter unterschiedliche Herausforderungen meistern und dabei ihre Verkaufskompetenz unter Beweis stellen. Dazu gehören: Kontaktstärke, Empathie, Überzeugungskraft, Belastbarkeit, Frustrationstoleranz, Ausdauer und Leistungsmotivierung. Zeitbedarf: ca. 20 Minuten.

Kontaktaufnahme - Kunden kontaktieren

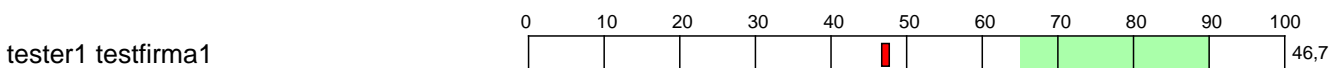
Kunden kommen nicht von alleine - man muss sie gewinnen. Dazu ist es nötig, selbst aktiv zu werden. Der Verkäufer muss die Initiative ergreifen: zum Hörer greifen, potenzielle Kunden anrufen und deren Interesse wecken. Auch an bestehenden Kunden muss er dran bleiben, aktiv Kontakte pflegen, um neue Geschäftschancen nutzen zu können. Dafür muss der Verkäufer in der Lage sein, eine Beziehung auf- und auszubauen. Initiativkraft und Kontaktstärke sind für die Gewinnung von Kunden unabdingbar. Kunden suchen vertrauenswürdige, kompetente und leistungsfähige Partner. Dies vermittelt der Verkäufer im Erstkontakt durch sein souveränes und selbstsicheres Auftreten. Er muss sich dem Kunden als ebenbürtiger Partner zeigen.

Initiativ-Verhalten

Bereitschaft und Fähigkeit einer Person, von sich aus aktiv zu werden und eigenverantwortlich zu handeln.

Ein schwach ausgeprägtes Initiativverhalten weist darauf hin, dass die Person eher selten von sich aus aktiv wird. Es ist ihr lieber, wenn sich Kunden bei ihr melden. Sie bevorzugt die Betreuung von bestehenden Kunden.

Wer hohe Werte erzielt, sucht aktiv nach neuen Möglichkeiten der Kundenaktivierung. Dies gilt für bestehende Kunden wie für Neukunden. Die Person fühlt sich in hohem Maße eigenverantwortlich für ihr Tun.



Die Person braucht öfter Impulse von außen (Vorgaben oder Anfragen), um aktiv zu werden. Im Kundenkontakt verhält sie sich eher reaktiv. Sie bevorzugt die routinemäßige Betreuung von bestehenden Kunden. Einmal erweckt, erlahmt ihre Initiativkraft schnell wieder. Für die Neuansprache von Kunden oder Reaktivierung älterer Kontakte fühlt sie sich eher nicht verantwortlich.

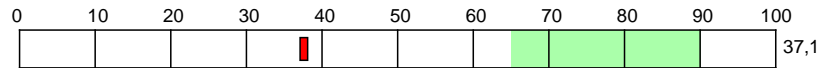
Kontaktstärke

Fähigkeit und Bereitschaft, neue Kundenkontakte anzubahnen und Beziehungen zu Kunden aktiv zu gestalten.

Eine schwach ausgeprägte Kontaktstärke weist darauf hin, dass es der Person schwerfällt, mit fremden Personen locker ins Gespräch zu kommen. Sie wirkt eher zurückhaltend und scheut die Erstanrede von Neukunden.

Wer hier hohe Werte erzielt, ist aufgeschlossen und kommt mit unbekanntem Gesprächspartnern schnell ins Gespräch. Die Person ist in der Lage, eine angenehme Gesprächsatmosphäre zu erzeugen und das Interesse von Neukunden zu wecken.

tester1 testfirma1



Der Person fällt es eher schwer, mit fremden Personen locker ins Gespräch zu kommen. Sie wirkt eher zurückhaltend. Die Erstsprache von Neukunden kostet sie Überwindung. Die motivierte Akquisition von Kunden ist von ihr weniger zu erwarten.

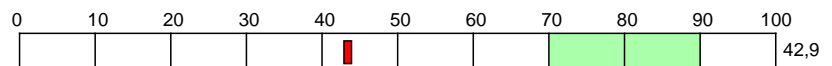
Souveränes selbstsicheres Auftreten

Das Vermögen, seine Kompetenz in neuen ungewohnten Situationen (im Erstkontakt zu Kunden) zur Geltung zu bringen und ebenbürtig und vertrauenswürdig zu wirken.

Niedrige Werte deuten auf eine Person hin, die im Kontakt zu anderen unsicher und zurückhaltend wirkt. Sie traut sich wenig zu und stellt ihr Licht häufig unter den Scheffel.

Wer hier hoch punktet, fühlt sich seinem Gegenüber ebenbürtig. Die Person ist sich ihrer Stärken und Möglichkeiten sicher. Diese Sicherheit und Selbstüberzeugung drückt sie in ihrem persönlichen Auftreten aus.

tester1 testfirma1



Die Person wirkt im Kontakt zu unbekanntem Personen/Neukunden eher zurückhaltend und unsicher. Sie zweifelt immer wieder an ihren Möglichkeiten und Fähigkeiten. Deshalb fällt es ihr schwer, als ebenbürtiger Partner aufzutreten. Damit ist dann auch in der Neukundengewinnung zu rechnen.

Bedarfsanalyse und Informationsbeschaffung - Was will der Kunde?

Wenn der Verkäufer mit einem Kunden oder Interessenten im Gespräch ist, ist zunächst zu ermitteln, was der Gegenüber braucht: Welche Ziele und Probleme hat er? Wie sieht sein Bedarf aus? Welche Bedürfnisse sind zuzufriedigen? Dabei muss sich der Verkäufer in die Situation des Kunden einfühlen können. Dann muss er alle notwendigen Informationen ermitteln. Dies gelingt ihm, wenn er es schafft, sich flexibel auf die Anforderungen seiner Gesprächspartner einzustellen, offen und neugierig ist und gezielte Fragen stellt.

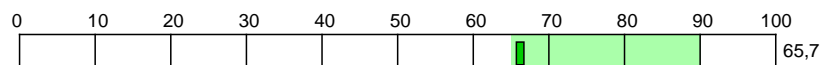
Empathie

Einfühlungsvermögen - die Fähigkeit, sich in den Kunden einfühlen und in seine Situation versetzen zu können.

Niedrige Empathie-Werte erzielt, wer sich nicht in die Kunden einfühlen und hinversetzen kann. Dieser Person bleiben Stimmungsschwankungen des Gegenübers verborgen. Sie ist nicht in der Lage, eine persönliche Nähe herzustellen und vertrauenswürdige Informationen zu gewinnen.

Hohe Werte deuten auf eine Person hin, die sich ausgesprochen gut in den Kunden einfühlen und seine Situation verstehen kann. Sie nimmt nonverbale Signale sensibel wahr und hört aktiv zu. Im Gespräch mit ihr öffnen sich die Kunden.

tester1 testfirma1



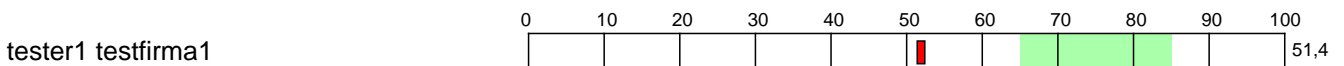
Die Person kann sich grundsätzlich in Kunden einfühlen und hineinversetzen. Stimmungsschwankungen des Gegenübers nimmt sie gewöhnlich wahr. Dabei beachtet sie nonverbale Signale. Durch aktives Zuhören gelingt es ihr in vielen Fällen, eine persönliche Nähe herzustellen.

Flexibilität

Bereitschaft und Fähigkeit, sich auf unterschiedliche und wechselnde Anforderungen einzustellen.

Erzielt eine Person hier niedrige Werte, strebt sie eher weniger nach Abwechslung und Veränderung. Sie bevorzugt geregelte Abläufe und vorhersehbare Ereignisse. Auf überraschende Ereignisse reagiert sie eher mit Unwohlsein und Überforderung.

Bei einem hohen Maß an Flexibilität erlebt die Person sich verändernde Arbeitsbedingungen als anregend. Ihr ist daran gelegen, immer wieder mit neuen Herausforderungen konfrontiert zu werden. Auf Überraschungen und unvorhergesehene Ereignisse reagiert sie angemessen.



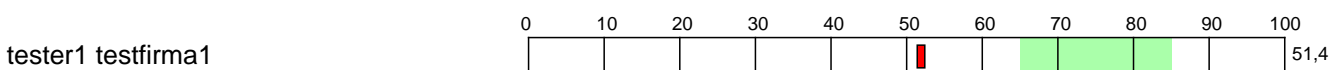
Die Person strebt weniger nach Abwechslung und Veränderung. Sie bevorzugt geregelte Abläufe und vorhersehbare Ereignisse. Auf überraschende Ereignisse reagiert sie manchmal mit Unwohlsein und Überforderung – z.B. wenn sie kurzfristig mit anderen Verhandlungspartnern oder unbekanntem Themen und Fragestellungen konfrontiert wird.

Offenheit und Neugier

Aufgeschlossenheit für neue Erfahrungen, Experimentierfreude.

Eine schwache Ausprägung spricht für einen Menschen, der bevorzugt bekannte und vertraute Wege geht. Unbekannte oder fremd erscheinende Ereignisse werden gemieden.

Wer hier hohe Werte erreicht, ist anderen Menschen gegenüber sehr aufgeschlossen und an deren Ansichten, Bedürfnissen und Zielen interessiert. In der Kundenbetreuung und –gewinnung geht diese Person gern neue, ungewohnte Wege. Im direkten Kundenkontakt fragt sie viel und forscht nach neuen Möglichkeiten.



Die Person bevorzugt bekannte und vertraute Wege. Unbekannte oder fremd erscheinende Ereignisse meidet sie. Es ist zu erwarten, dass sie sich im Kundenkontakt auf bisherige Anforderungen, vertraute Problemlösungen und bekannte Gesprächspartner konzentriert. Neuen Ideen steht sie eher kritisch gegenüber.

Präsentation und Beratung - Überzeugen und Begeistern

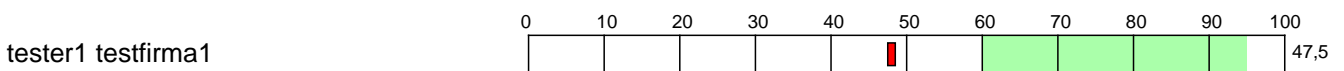
Sind die Anforderungen und Bedürfnisse des Kunden geklärt, ist der Verkäufer gefordert, eine Lösung zu präsentieren. Dabei muss er deutlich machen, inwiefern sein Angebot die Kundenerwartungen erfüllt. Dazu gehört zum einen, dass er überzeugend argumentiert und dem Kunden einen Nutzen präsentiert. Zum anderen muss der Verkäufer den Kunden emotional ansprechen und positive Gefühle wecken. Neben sachlichen Argumenten braucht der Verkäufer auch ein gewisses Maß an Begeisterungsfähigkeit, damit der Funke auf den Kunden überspringt.

Argumentationsstärke und Überzeugungskraft

Fähigkeit, eigene Vorschläge nutzenorientiert zu begründen und die Zustimmung des Kunden zu erreichen.

Wer hier niedrig punktet, interessiert sich weniger für das, was der Kunde wirklich braucht. Der Person gelingt es nicht, dem Kunden seinen Nutzen deutlich zu machen. Statt auf die Bedenken und Einwände des Kunden einzugehen, versucht die Person mit Gegenargumenten den Kunden zu überzeugen.

Hohe Werte erreicht eine Person, die im Kundengespräch auf die spezifischen Anforderungen des Kunden eingeht und Gemeinsamkeiten herausarbeitet. Einwände hinterfragt sie, um den Kunden besser verstehen zu können. Indem Sie dem Kunden seinen Nutzen aufzeigt, erreicht sie schließlich dessen Zustimmung.



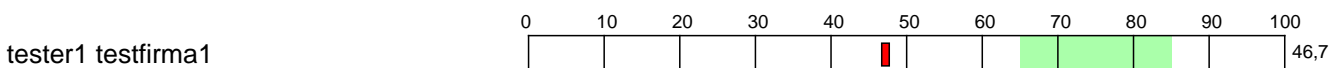
Die Person bezieht sich manchmal zu wenig auf das, was der Kunde wirklich braucht. Es kommt immer wieder vor, dass sie zu sehr mit Produktmerkmalen oder allgemeinen Vorteilen überzeugen will. Der Person gelingt es weniger, kritische Kunden zu überzeugen.

Begeisterungsfähigkeit

Vermögen, positive Gefühle zu wecken, den Kunden emotional anzusprechen und zu bewegen.

Niedrige Werte deuten auf eine Person hin, die ausgesprochen sachlich kommuniziert und präsentiert. Sie wirkt eher kühl und rational. Andere Menschen emotional zu packen, liegt ihr weniger. "Begeisterungstürme" sind von ihr nicht zu erwarten.

Eine hohe Begeisterungsfähigkeit hat eine Person, die sich mit ihrer Botschaft/ihrem Produkt voll identifiziert und bei anderen Menschen positive Gefühle weckt. Sie versteht, Kunden in Gesprächen und Präsentationen emotional zu packen und für ihre Sache zu gewinnen.



Die Person kommuniziert und präsentiert eher sachlich. Sie wirkt meist überlegt und rational. Bei anderen Menschen positive Gefühle zu wecken, fällt ihr eher schwer. In der Verkaufspräsentation vertraut sie meist auf rationale Argumente. Allerdings ist ihr bewusst, dass es mitunter wichtig ist, die Kunden auch emotional zu bewegen.

Herausforderungen und Widerstände - Dranbleiben, wenn's schwierig wird

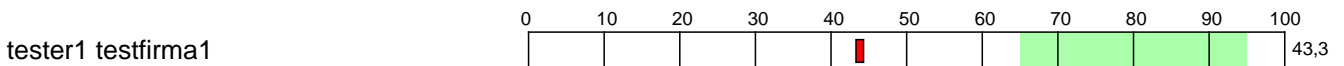
Nur selten läuft im Verkauf alles nach Plan. Der Kunde zögert, hat Einwände, bringt scheinbar bessere Angebote ins Spiel. Diese schwierigen Situationen muss der Verkäufer immer wieder bewältigen. Dies gelingt ihm, wenn er unter Druck emotional stabil und bei Kritik gelassen bleibt. Gleichfalls braucht er Ausdauer und Stehvermögen, um längerfristige Projekte erfolgreich verfolgen und auftretende Hindernisse überwinden zu können.

Belastbarkeit

Fähigkeit, unter Druck und Belastung ausgeglichen zu bleiben und angemessen auf Kritik zu reagieren.

Wer hier niedrige Werte erzielt, wird unter Druck leicht nervös und verliert bei Kritik und Angriffen die Fassung.

Hohe Werte besagen, dass die Person in belastenden Situationen gelassen bleibt. Sie reagiert auf Druck und Kritik angemessen und entspannt.



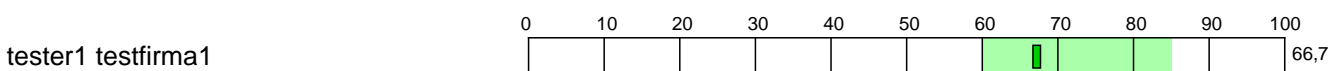
Die Person wird unter Druck nervös und verliert bei Kritik und Angriffen hin und wieder die Fassung. Es kommt immer wieder vor, dass sie bei Preisdruck nachgibt und überzogene Zugeständnisse macht.

Ausdauer und Stehvermögen

Fähigkeit, an langfristigen Projekten und Zielen kontinuierlich zu arbeiten und dabei auch die eine oder andere Hürde zu nehmen.

Niedrige Werte sprechen für eine Person, die kurzfristige Aufgaben bevorzugt. Bei längerfristigen Projekten und auftretenden Schwierigkeiten gibt sie schnell auf.

Wer hier hohe Werte erzielt, arbeitet ausdauernd und langfristig an schwierigen Projekten. Die Person lässt sich durch auftretende Hindernisse nicht aufhalten.



Die Person hat eine durchschnittlich ausgeprägte Ausdauer. Sie kann sich auf kurz- und längerfristige Aufgaben einstellen.

Abschluss-Sicherheit - Eine Entscheidung herbeiführen

Ziel ist immer der Abschluss. Doch manchmal nehmen Gespräche und Verhandlungen Verläufe, die der Verkäufer so nicht beabsichtigt hat. Es laufen zu lassen und abzuwarten, ist keine Alternative. Deshalb muss der

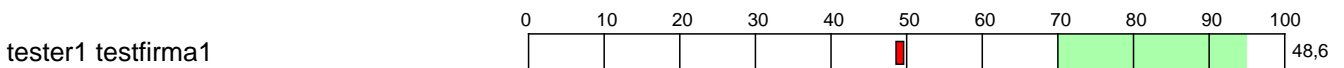
Verkäufer in der Abschlussphase den Kunden aktiv bei seiner Entscheidung unterstützen. Dabei ist es auch wichtig, eigene begründete Interessen zu behaupten und durchzusetzen. Der Verkäufer sollte sich bewusst sein, dass viele Kunden entscheidungsreife Lösungsvorschläge schätzen und hin und wieder auch Nachdruck benötigen.

Durchsetzungskraft und Selbstbehauptung

Fähigkeit und Bereitschaft, eigene Interessen auch gegen Widerstände durchzusetzen.

Niedrige Werte bedeuten, dass sich die Person nicht wehrt und nicht für ihre Interessen eintritt.

Hohe Werte erzielt jemand, der sich immer durchsetzen will und grundsätzlich auf dem besteht, was er für richtig hält.



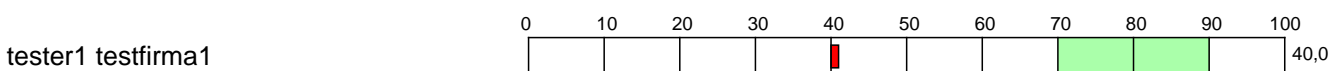
Die Person verzichtet öfter darauf, für ihre Interessen entschieden einzutreten. In manchen Verhandlungen fehlt ihr die Durchsetzungskraft. Sie lenkt dann auf den Standpunkt des Kunden ein.

Entscheidungsfreude

Bereitschaft und Fähigkeit, Entscheidungen im eigenen Kompetenzbereich anzustreben und aktiv herbeizuführen.

Wer hier niedrige Werte erreicht, geht Entscheidungen eher aus dem Weg oder braucht sehr lange, um einen Entschluss zu fassen.

Hohe Werte sprechen für eine Person, die schnelle Entscheidungen anstrebt. Dabei geht sie auch einmal Risiken ein.



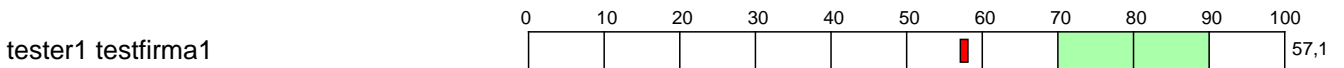
Die Person braucht lange, um einen Entschluss zu fassen. Sie geht keine Risiken ein. Manchmal ist es ihr lieber, wenn eine Entscheidung noch offen ist.

Einflussnahme u. Verantwortungsbewusstsein

Fähigkeit und Bereitschaft, auf die Handlungen und Entscheidungen des Kunden Einfluss zu nehmen.

Niedrige Werte bedeuten, dass die Person den Kunden nicht beeinflussen möchte. Sie sieht sich in keiner Weise für die Entscheidungen des Kunden verantwortlich.

Hohe Werte erzielt eine Person, die sich für die Entscheidung des Kunden verantwortlich fühlt und konkrete Lösungsvorschläge macht.



Der Person fällt es nicht schwer, auf Kundenentscheidungen Einfluss zu nehmen. Sie sieht sich für die Entscheidungen des Kunden auch ein Stück verantwortlich. Als beratender Experte spricht sie schon einmal Empfehlungen aus.

Was den Verkäufer dauerhaft erfolgreich macht

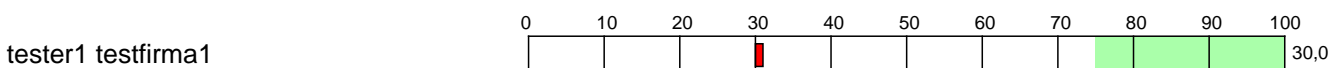
Mit Blick auf Abschlussquoten und die Häufigkeit von Erfolgserlebnissen kann man nüchtern feststellen: Verkäufer brauchen eine hohe Frustrationstoleranz - Sie müssen vermeintliche Misserfolge und Rückschläge "wegstecken" können. Daneben müssen sie hungrig auf Erfolge bleiben, statt Bestände zu verwalten und zu verteidigen. Den erfolgreichen Verkäufer zeichnet weiter aus: sein steter Leistungswille, seine Bereitschaft und Fähigkeit, systematisch und organisiert zu arbeiten sowie das Vermögen, sich immer wieder auf den Kunden und die Erfordernisse der Verkaufssituation einzustellen.

Frustrationstoleranz

Fähigkeit, Enttäuschungen und Misserfolge angemessen zu verarbeiten.

Eine niedrige Frustrationstoleranz hat eine Person, die lange über Enttäuschungen und Misserfolge grübelt. Sie kann schwierige Situationen schlecht aushalten und wird durch Rückschläge in ihrem Handeln gehemmt.

Eine Person mit hoher Frustrationstoleranz ist in der Lage, Enttäuschungen und Misserfolge angemessen zu verarbeiten. Sie kann schwierige Situationen aushalten und sieht Rückschläge als Lernchance.



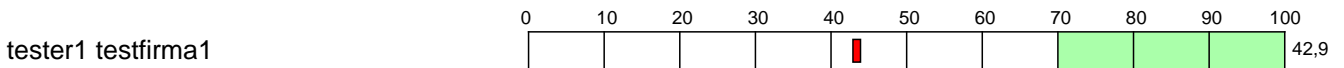
Die Person grübelt lange über verpasste Chancen nach. Sie kann schwierige Situationen kaum aushalten und wird durch Rückschläge in ihrem Handeln stark gehemmt. Die Gründe für Misserfolge sucht sie überwiegend bei sich.

Erfolgsorientierung und Leistungsmotivierung

Bereitschaft und Fähigkeit, Leistung zu erbringen und Erfolge anzustreben.

Niedrige Werte bedeuten, dass die Person sich wenig auf Leistung und Erfolge fokussiert. Sie ist primär damit beschäftigt, Misserfolge zu vermeiden. Sie verfolgt eine Fehlervermeidungsstrategie und verspürt keine Lust auf Leistung.

Hohe Werte sprechen für eine Person, die Erfolge stark anstrebt. Sie ist bereit, dafür viel zu leisten. Und dabei empfindet sie auch Freude und Arbeitslust. Erreichte Ziele motivieren sie zu neuen Taten.



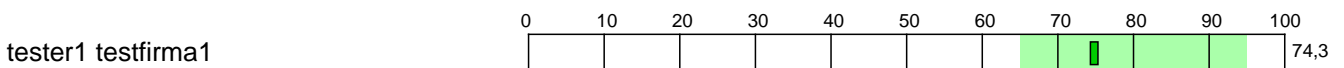
Die Person ist bestrebt, keine Fehler zu machen. Sie setzt sich eher weniger anspruchsvolle Ziele. Herausragende Erfolge will sie gar nicht erreichen. Ihre Leistungsmotivation hält sich in Grenzen.

Selbstorganisation

Vermögen, systematisch und organisiert zu arbeiten.

Wer hier niedrige Werte erreicht, folgt lieber einer spontanen und intuitiven Arbeitsweise. Der Person fällt es schwer, Prioritäten zu setzen und organisiert zu arbeiten. Die systematische Vor- und Nachbereitung von Aktivitäten ist nicht ihre Stärke.

Hohe Werte erreicht eine Person, die ihre Aktivitäten an den gesetzten Zielen ausrichtet und dabei Prioritäten setzt. Auch durch Unvorhergesehenes lässt sie sich nicht vom geplanten Vorhaben abbringen. Ordnung und Systematik sind ihr sehr wichtig.



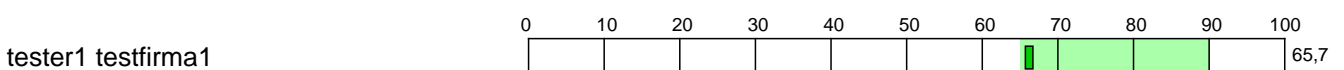
Die Person richtet ihre Aktivitäten an den gesetzten Zielen aus und setzt dabei Prioritäten. Auch durch Unvorhergesehenes lässt sie sich nur in Ausnahmen vom geplanten Vorhaben abbringen. Ordnung und Systematik sind ihr wichtig.

Selbststeuerung

Fähigkeit, das eigene Verhalten an den Erfordernissen der Situation auszurichten.

Niedrige Werte bedeuten, dass die Person ihr Verhalten an ihren persönlichen Einstellungen und Werten ausrichtet. Die Erwartungen anderer Personen, situative Gegebenheiten und Regeln spielen für sie keine Rolle.

Eine hoch ausgeprägte Selbststeuerung hat eine Person, die sehr viel Wert auf die soziale Angemessenheit des eigenen Verhaltens legt. Sie nimmt soziale Hinweisreize wahr und zeigt das passende Rollenverhalten.



Die Person versucht, ihren persönlichen Werten treu zu bleiben. Gleichfalls bemüht sie sich, die situativen Gegebenheiten und Erwartungen des Kunden zu berücksichtigen.

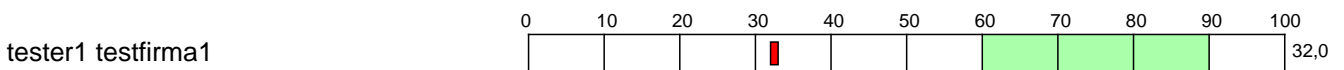
Vertriebserfahrungen und -erfolge

Leistungspotenziale sowie zukünftig zu erwartende Leistungen werden durch die persönliche Lern- und Erwerbsbiografie beeinflusst. Für die Einschätzung der persönlichen Kompetenz und Leistungsfähigkeit spielen deshalb bisherige berufliche Erfahrungen und Erfolge eine wichtige Rolle. Es macht z.B. einen Unterschied, ob jemand in der Vergangenheit überwiegend an Stammkunden erfolgreich verkauft hat oder Erfolge in der Akquisition von Neukunden nachweisen kann.

Vertriebserfahrung

Hohe Werte sprechen für eine Person mit fundierten, mehrjährigen Erfahrungen im aktiven Verkauf mit Schwerpunkt Neukundengewinnung.

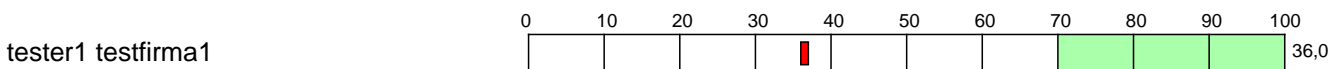
Niedrige Werte sprechen für eine Person mit wenig Verkaufserfahrung. Diese bezieht sich zudem auf die Bearbeitung von Stammkunden.



Vertriebserfolge

Hohe Werte sprechen für eine Person, die überdurchschnittliche Verkaufserfolge auch in der Gewinnung von Neukunden vorweisen kann.

Niedrige Werte sprechen für eine Person, die bisher nur unterdurchschnittliche Verkaufserfolge vorweisen kann.

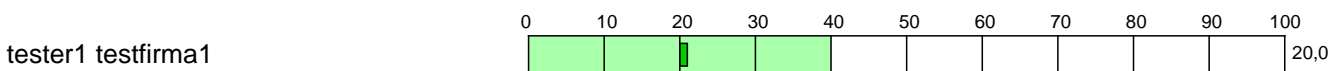


Tendenzen

Bei Selbsteinschätzungen folgen Menschen mehr oder weniger bestimmten Tendenzen. So kann ihr Antwortverhalten von der Tendenz zur sozialen Erwünschtheit oder zur positiven Selbstdarstellung geprägt sein.

Soziale Erwünschtheit

Hohe Werte sprechen dafür, dass sich eine Person besonders positiv darstellen möchte.



Die Person zeigt keine Tendenzen zu einer positiv gefärbten Selbstdarstellung.

