

Dozentenprofil ID: 100782

Ort: 82194 Gröbenzell, Deutschland

Online-Option:

Ich bevorzuge Unterricht vor Ort, aber schließe Onlineunterricht nicht aus.

Details:

Die "Knotenpunkte" eines Unternehmens

Ihre Geschäftsidee zieht sich wie ein roter Faden durch Ihre Geschäftsabläufe.

Doch wie wirken Sie auf Ihre Kunden und Interessenten?

Welches Bild machen sich Ihre Kunden und Interessenten von ihrer Firma?

In Ihrem „roten Faden“ der Geschäftsabläufe kann es bestimmte „Knotenpunkte“ geben, die Ihren Erfolg bremsen können:

Knotenpunkt: „Das professionelle Telefon“

Hier beginnt das Geschäft!

Das Telefon wird trotz Internet immer eines der Wichtigsten Instrumente des Erst- und Sofort-Kontakts bleiben.

So ist das Telefon eine wichtige „Visitenkarte“ Ihres Unternehmens.

Der erste Eindruck ist und bleibt wichtig.

Die richtige Einstellung, die „richtigen“ Worte, die Stimme –

all das führt dazu, dass Sie schon ab dem ersten Anruf Ihr Unternehmen ins richtige Licht rücken.

Knotenpunkt: Beratung und Verkauf

Sind Sie noch Produktverkäufer oder schon Problemlöser?

Der „moderne Kunde“ ist mittlerweile sehr gut vor- informiert und erkennt alle alten Verkaufstaktiken und Floskeln.

Stures abarbeiten der „Bedarfsanalyse“ ist out, gefragt ist individuelle Betreuung und Beratung. Menschen kaufen immer erst den Menschen, dann das Produkt.

Bei der Kauf- Entscheidung sind immer Emotionen die treibende Kraft.

Echtes Interesse steht im Vordergrund.

Diese „echten“ Emotionen sind sofort spürbar. Gepaart mit den richtigen Verkaufstechniken entsteht daraus ein intensiver Dialog zwischen Käufer und Verkäufer.

Empathie ist dabei genauso wichtig wie gekonntes Zuhören oder die Fähigkeit bei einem Gespräch

Resonanz zu
erzeugen.

Knotenpunkt: Kundenservice

Der meistgenannte Grund, den Kunden nennen, warum sie jetzt Ex-Kunden sind, ist schlechter Service

Das eigentliche Angebot ist meistens zweitrangig.

Zugegeben, oft sind es „nur Kleinigkeiten“, doch der Kunde nimmt dies oft als Zeichen der Geringschätzung, vielleicht unbewusst – dennoch bemerkt.

Doch im Kundenservice werden wir genau an diesen „Kleinigkeiten“ gemessen.

Es macht die Kunden dankbar, wenn sie wohlwollend und zuvorkommend behandelt werden.

Das bringt so viel und kostet nichts!

In der so genannten „Servicewüste“ gibt es viele Möglichkeiten, guten Service zu bieten und sich damit vom Wettbewerb deutlich abzuheben.

Wer im Kreise seiner Wettbewerber positiv auffällt ist klar im Vorteil.

Denn guter Service wird von Kunden bestens honoriert.

Schaffen Sie sich einen Wettbewerbsvorteil, der nicht mit Geld zu kaufen ist.

Knotenpunkt: Weiterempfehlung

Gute Weiterempfehlung ist kein Zufall!

Weiterempfehlung die wichtigste Kundenquelle – dieser Erkenntnis werden

Sie sicher zustimmen.

Trotzdem wird das Thema nur sehr selten professionell angegangen und konsequent umgesetzt.

„Wenn wir gut arbeiten, werden wir automatisch weiterempfohlen.“

Solche Aussagen sind weit verbreitet – decken sich jedoch nicht mit den Erfahrungen der Praxis.

Die Praxis zeigt eher: Empfehlungen werden nur aktiv ausgesprochen, wenn Kunden begeistert sind, und wenn die Empfehlung bewusst und richtig angesprochen wird.

Mitarbeiter Aus- und Weiter- Bildung mit Erfolg!

Mit einem erprobten System von Mystery- Calling und – Shopping bis hin zur abgestimmten Mitarbeiterschulung holen Sie sich das Fachwissen und die richtige Einstellung im Kopf.

Preis:

VHS (Verhandlungssache), ab 11 EUR/h

Weitere Kontaktmöglichkeiten:

Mobil: Ja, vorhanden.

E-Mail: Ja, vorhanden.

Kontaktdaten sind nicht öffentlich und werden erst nach Kontaktaufnahme ausgetauscht.

Kontakt aufnehmen:

dozenten-vermittlung.info/register

Registrierung kostenlos und unverbindlich.

Vergütung ist Verhandlungssache (VHS).

Preise & AGB:

Mehr Informationen unter: [Preise](#) | [AGB](#) | [Impressum](#) | [Datenschutz](#)

<https://dozenten-vermittlung.info>

https://dozenten-vermittlung.info/i.php?a=s&show_uid=100782&l=de

Datei: [100782-dozenten-dozenten-grobenzell.pdf](#)