

erfolgreicher Führen & Verkaufen

Monatliche Praxistipps für die Finanzwirtschaft

01/2017



Bankmitarbeiter
müssen umdenken

Neue Tipps in dieser Ausgabe

Das 1x1 der Kleidung

Vom Geben und Nehmen

Wie Ihre Kundenberater ein Tablet als Verkaufstool schneller akzeptieren (1/3)



Wie Ihre Kundenberater das Tablet als Verkaufstool schneller akzeptieren (1/3)

Die Pharmabranche gehörte zu den Ersten, die das iPad als Verkaufstool einführten. Heute ziehen fast alle Branchen nach. Dabei stoßen Unternehmen – wie bei jeder Neuerung – auf Widerstand, insbesondere Verkaufsmitarbeiter zeigen eine stark ablehnende Haltung. Das gilt vor allem für Mitarbeiter, die bisher ohne iPad erfolgreich verkauft haben. Das sind allerdings nicht nur Verkäufer der älteren Generation, sondern auch jüngere. Es gibt vielfältige Gründe für die fehlende Akzeptanz. Am Anfang stehen die Angst vor Neuem und die Ablehnung moderner Technik. Das ist menschlich und verständlich. Firmen machen zu oft den Fehler, dass sie Neuerungen mit der Brechstange einführen und Erfolge erzwingen wollen. Die Verkäufer werden oft unzureichend vorbereitet. So sind negative Erfahrungen vorprogrammiert und die Ablehnung verstärkt sich. Mit den folgenden Schritten stellen Sie sicher, dass die Investition in Tablets zum Erfolg wird:

Erstens: Verstehen – Erklären Sie den Verkäufern die Vorteile

Der meistgehörte Einwand ist, dass sich Kunden lieber mit dem Verkäufer unterhalten als ins iPad zu starren! Das ist im Kern sogar richtig. Fakt ist aber auch, dass ein Verkäufer, bei dem der Kunde mehr in den Bildschirm schaut als sich mit ihm zu unterhalten, den Einsatz des iPads noch nicht verstanden hat. 54 Prozent der Kunden sagten in einer Umfrage (Manhattan Research, 2014), dass Verkäuferbesuche mit dem iPad für sie einen Mehrwert haben!

Zweitens: Akzeptieren – Handling trainieren

Innovative Produkte sollten innovativ präsentiert werden. Das iPad unterstützt diese Strategie. Deshalb müssen Verkäufer auf den Einsatz bestens vorbereitet werden. Wer den Umgang mit dem neuen Tool professionell beherrscht, kann Bedenken abbauen und sich auf das konzentrieren, worauf es wirklich ankommt: das professionelle Verkaufsgespräch!

Drittens: Entscheiden – Mensch und Technik als Symbiose

Der Mensch bleibt auch mit dem Tablet das wichtigste Kriterium für positive Kundenentscheide. Aus diesem Grund empfehle ich in der Anfangs- und Abschlussphase des Verkaufsgesprächs, ohne Tablet zu arbeiten. In diesen beiden Phasen muss die persönliche Beziehung im Vordergrund stehen. In der Präsentations- und Argumentationsphase lassen sich Ideen professionell visualisieren und bildhafter unterstützen.

Viertens: Handeln – Individualisierung in der Umsetzung

Das Tablet bietet große Vorteile gegenüber herkömmlichen Hilfsinstrumenten: 1. Höhere Überzeugungskraft. 2. Einfaches Handling. 3. Stärkung der Verkäufer, Nivellierung der Vertriebsmannschaft nach oben.

Gedruckte Verkaufsunterlagen sind unflexibel, sie erreichen nie das Maximum an Überzeugungskraft. Mit dem interaktiven iPad lässt sie sich um 100 Prozent steigern. Inhalte können jeweils spontan an verschiedene Kundentypen angepasst werden. Davon profitieren auch neue oder unsichere Verkäufer.

Berücksichtigen Sie in der Planungsphase diese vier Aspekte und trainieren Sie Ihre Verkäufer intensiv, dann steht dem erfolgreichen Einsatz nichts im Wege. In Teil 2 folgen Tipps für den erfolgreichen Einsatz, in Teil 3 dann Tipps, wie man interaktive Beratungen mit dem iPad führt.

(Gastautor: Guglielmo Imbimbo www.memoris.ch)



Was bringt Ihnen die Realisierung dieses Tipps?

Das Tablet als Verkaufstool macht gute Verkäufer noch besser. Die Berücksichtigung dieser Tipps führt dazu, dass der Einsatz des iPad bei den Verkäufern eine schnellere Akzeptanz findet und die Erfahrungen im Kundengespräch von Anfang an positiv sind.