

Kundengewinnung

Die (Anti-)Verkaufsstrategie

» Interview

Erklärungsbedürftige Produkte und Dienstleistungen lassen sich mit den richtigen Prozessen einfach über das Internet verkaufen – nur die wenigsten Firmen wissen wie es geht. *gmbhchef* fragte Unternehmensberater Walter Eisele nach den aktuell besten Methoden im Internet.

„Der digitale Verkäufer 3.0“ lautet der Titel Ihres neuesten Buchs. Was muss ein GmbH-Chef über digitale Verkaufsprozesse heute wissen?

Eine Homepage muss aktiv in den Marketing- und Verkaufsprozess eingebunden sein und bereits beim Erstkontakt mit einem Besucher dafür sorgen, dass dieser seine E-Mail-Adresse hinterlässt. Dazu sollte man zum Beispiel einen kostenlosen Ratgeber oder ein Videoseminar anbieten. Danach kann mit dem Interessenten automatisiert in Kontakt getreten werden, um Schritt für Schritt das nötige Vertrauen aufzubauen und über Produkt und Dienstleistung zu informieren.

Es gibt doch Webseiten die das bereits machen. Was ist außerdem noch wichtig?

Ja, aber das sind leider wenige. Dem Interessenten muss der Nutzen des Produkts kommuniziert werden und es muss in drei bis vier Schritten verkauft werden. Im Idealfall ohne das Zutun eines Verkäufers.

Wie funktioniert das genau?

In allen Zielgruppenmedien wird eine neue Internet Landingpage beworben. Diese spezielle Ein-Seiten-Internet-Homepage ist dafür da, Adressen von Interessenten zu erhalten und zum Beispiel den Ratgeber automatisch zu versenden. Das erspart lange Wartezeiten für den Interessenten und Porto- und Druckkosten für das Unternehmen. Innerhalb von wenigen Minuten verfügt der Interessent über die gewünschten Informationen. Ein Autoresponder (spezielle E-Mailsoftware und Datenbank) erledigt im Hintergrund alle Aktivitäten (Versand der Ratgeber

und E-Mails). Damit wird automatisiert der Kontakt mit der Zielgruppe über Jahre aufrecht erhalten und intensiviert. Kein Interessent wird vergessen. Außerdem baut sich das Unternehmen einen langfristigen Vorrat an Interessenten und Aufträgen auf.

Welche Vorteile haben Firmen, wenn sie Vertriebsprozesse digitalisieren?

Einsparung von Zeit, Geld und Routineaufgaben im Vertrieb. Außerdem sind digitale Vertriebsprozesse immer im Einsatz, werden nicht krank und machen keinen Urlaub.

Können dadurch Verkäufer eingespart werden?

Jein. Es kommt auf das zu verkaufende Produkt oder die Dienstleistung an. Die Routinearbeit und die Vorabqualifikation anhand eines Fragebogens und Nutzeninformation kann online erledigt werden. Danach sollte der persönliche Verkauf erfolgen.

Wie funktioniert die (Anti-)Verkaufsstrategie genau?

Das ist die Art und Weise, wie man das Internet nutzt, um Vertrauen bei der Zielgruppe aufzubauen und Produkte und Dienstleistungen in PowerPoint-Video-präsentationen oder Webinaren erklärt. Wie bei einem Film wird zunächst das Drehbuch für den ganzen Verkaufsprozess erstellt. Inhalte sind: Eigene Vorstellung, Versprechen, Beweise, Referenzen, Geschichten, Übergang zum Verkauf, Verkaufssequenz. Der Nutzen wird sehr stark in den Vordergrund gestellt, um Zweifel auszuschalten. Es wird ein starker Wunsch

erzeugt, das Produkt oder die Dienstleistung zu kaufen.

Welche Branchen können die Verkaufsprozesse digitalisieren?

Da gibt es fast keine Einschränkungen. Bereits viele Architekten, Bauunternehmer, Berater, Franchisegeber, Handwerker, Küchenstudios, Makler, Dienstleister, Steuerberater, Versicherungsmakler etc. setzen diese ein. ■

Zur Person



Walter Eisele, EDV-Betriebswirt und Unternehmensberater.

Ein kostenloser Videokurs „Innovationen und neue Wege zur Kundengewinnung“ kann unter www.kunden-sog-system.eu angeschaut werden.

Buchtipps



Der digitale Verkäufer 3.0 – Die (Anti-)Verkaufsstrategie, verkaufen ohne zu verkaufen. Wie Sie Produkte und Dienstleistungen leichter verkaufen.

Walter Eisele, ISBN 978-3-8417-7303-6, 31,80 €