



10-Minuten-Check



Impulse für mehr Sinn

Business-Coach Stefan Dudas gibt Ihnen Anregungen, wie Sie Ihr Denken und Handeln in neue, sinnvolle Bahnen lenken.

- Weniger Masken. Sie müssen niemandem etwas vorspielen. Weder sich selbst, noch Ihrem Chef oder Ihren Kunden.
- Weniger Show. Sie bekommen mehr Anerkennung, wenn Sie sich für Menschen und Kunden interessieren.
- Weniger Angst. Vielleicht hilft Ihnen die Überlegung, dass da, wo Ihre Angst ist, das größte Potenzial für Weiterentwicklung liegt.
- Mehr Sinn. Fragen Sie sich, was Sie antreibt. Nur wenn Sie wissen, was Sie inspiriert, werden Sie Ihr Leben verbessern.
- Mehr Erlebnisse. Dies gilt auch und gerade im Verkauf: Später werden Sie sich nicht an Ihren Kontostand, sondern an viele Erlebnisse mit Kunden erinnern können.
- Mehr Mut. Stehen Sie für sich selbst, Ihre Ansichten, Ihre Meinung, Ihren Lebensstil und Ihre Werte ein. Sagen Sie lieber öfter ehrlich „Nein“ als unehrlich „Ja“.
- Mehr Selbstwert. Das Selbstwertgefühl ist der Knackpunkt in sehr vielen Lebensmomenten. Nicht gespielter oder aufgesetzter Selbstwert, sondern echter tief empfunderer Selbstwert.
- Mehr Bewusst-Sein. Nehmen Sie den (Arbeits-)Alltag, die Menschen, Ihre Emotionen bewusster wahr.
- Mehr Dankbarkeit. Seien Sie dankbar für Ihre Gesundheit, Ihre Projekte, die Menschen und Kunden in Ihrem Umfeld, die vielen schönen Momente und kleinen Freuden.
- Mehr Träume. Hören Sie nur auf Menschen, die da sind, wo Sie hinwollen. Arbeiten Sie an Ihrem Traum.
- Mehr Klarheit. Seien Sie klar, in dem, was Sie tun. Verwenden Sie Ihre Lebenszeit für eine Tätigkeit, die Sie erfüllt.
- Mehr Wirkung. Seien Sie sich bewusst, welche Wirkung Sie bei anderen Menschen erzielen und stellen Sie Ihr Licht nicht unter den Scheffel. Verkaufen Sie Ihre Wirkung selbstbewusst und sicher.
- Mehr Ehrlichkeit. Menschen können nur erfahren, was Sie wollen und können, wenn Sie es ihnen sagen. Seien Sie deshalb ehrlich zu anderen und sich selbst.
- Mehr Respekt. Sie sind das Wertvollste, was Sie haben. Gehen Sie damit respektvoll um und lassen Sie nicht zu, dass andere Sie respektlos behandeln.
- Haben Sie Spaß. Ihr Leben und Ihre Arbeit muss Ihnen Spaß machen. Sie selbst haben das in der Hand. <

Leserfrage

Bei der Umstellung auf ein neues CRM-System hat sich herausgestellt, dass wir eine Menge schlummernde Bestandskunden haben, von denen wir nicht genau wissen, ob sie schon bei einem Wettbewerber gelandet sind. Nun soll dieser Bestand systematisch reaktiviert werden. Welche Chancen haben wir und wie gehen wir am besten vor?

(Christopher W., Osnabrück)

Aus der Redaktion

Welche Chancen Sie bei welchem Kunden haben, können Sie nur herausfinden, wenn Sie ihn erneut kontaktieren. Grundsätzlich empfiehlt sich hier die persönliche telefonische Kontaktaufnahme, und zwar über den Betreuer, dem die Kunden zugewiesen sind. Ist er nicht mehr im Unternehmen, dann über seinen Nachfolger. So können Sie beispielsweise sagen „Wir kennen uns von früher“, wenn der Kontakt schon länger zurückliegt, oder „Sie haben schon längere Zeit nicht mehr bei uns gekauft – was ist der Grund?“

Sagt der Kunde direkt: „Sie haben nichts mehr von sich hören lassen“, dann können Sie antworten: „Ja, das stimmt leider ...“ Sie müssen sich nicht rechtfertigen oder erklären, warum Sie sich nicht mehr gemeldet haben – aber ein Bedauern und eine Entschuldigung sind angebracht. Zeigt sich der Kunde grundsätzlich aufgeschlossen, fragen Sie ihn, ob er weiterhin Interesse hat oder machen Sie ihm ein lukratives Wiedergutmachungs-Angebot. Spricht er darauf an, liegt es an Ihnen, den Kunden künftig perfekt zu betreuen: Sie können beispielsweise vereinbaren, in welchen Abständen er kontaktiert werden möchte, ob er einen Besuch, eine E-Mail oder einen Anruf vorzieht und inwieweit weitere Angebote für ihn interessant sein können. Geben Sie einen Überblick über Ihre Leistungen und fragen Sie, welche Bereiche davon für ihn noch interessant sein können. Bei Interesse vereinbaren Sie einen Termin.

Je nachdem wie viele Altkunden Sie reaktivieren möchten und um welches Auftragsvolumen es sich handelt, empfiehlt sich eine gründliche Vorab-Recherche im Web: Dort erfahren Sie, ob es neue Ansätze für eine Zusammenarbeit gibt. Vielleicht hat inzwischen der Ansprechpartner gewechselt – auch das ist eine Chance für einen Neuanfang. <

Haben auch Sie eine Frage?

Wenden Sie sich an die Redaktion Außendienst Informationen, Tel. 0761 898-3031, Fax 0761 898-3112, E-Mail: aussendienst-informationen@haufe-lexware.com.

Impressum:

Herausgeber: Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Munzinger Straße 9, 79111 Freiburg; E-Mail: redaktion@aussendienst-information.de; www.haufe.de; Abonnenten-Service und Vertrieb: Haufe Service Center Freiburg, Tel. 0800 5050445 (kostenlos); Chefredaktion: Sandra Spier, Textbeiträge: Regina Mittenhuber; Nachdruck und Fotokopien auch auszugsweise nicht gestattet. Erscheinungsweise: vierzehntägig. ISSN 1860-6148, Druck: Druckerei Stückerle.