

Kauflust wecken

Verkaufen soll Spaß machen, kein notwendiges Übel sein. Die Trainerin Thea Simon-van de Ven hat eine Methode entwickelt, die Ihnen und den Kunden Lust statt Frust bereitet

Einem Kunden nach seinen Wünschen zu fragen und ein passendes Angebot für einen neuen Haarschnitt und eine typgerechte Farbe anzubieten, gehört zum Handwerk, ist in der Beratung Standard und macht außerdem Spaß. Sollen dem Kunden dann aber noch Pflege- und Stylingprodukte für zu Hause empfohlen werden, hört bei manchen Friseuren der Spaß ganz schnell auf. Allen, denen es auch so geht, hilft die neue Verkaufsmethode „Appreciative Selling“ (AS).

„Appreciative Selling“ bedeutet übersetzt: positives und wertschätzendes Verkaufen. Die Gesprächsführung nach AS erzeugt beim Kunden ein positives, emotionales und visionäres Interesse. Mit dieser Methode werden Sie auf wenige Einwände Ihrer Kunden stoßen und haben gute Chancen, Pflege- und Stylingprodukte zu verkaufen. Darüber hinaus wird die Beziehung zu Ihren Kunden intensiviert.

Aktuelle Studien aus der Psychologie belegen, dass Menschen durch eine positive Fokussierung auf ihre Fähigkeiten, Werte, Ideale und Errungenschaften offener für Veränderungen sind und sich eher motivieren lassen – auch zum Kauf von Produkten! Mit „Appreciative Selling“ lernen Sie deshalb in vier Schritten die Stärken, Fähigkeiten und Wünsche Ihres Kunden zu erfragen und auf sie einzugehen. Der Leitgedanke ist dabei immer die Vorstellung positiver Veränderungen.

Der Verkäufer forscht dabei nicht – wie in üblichen Verkaufsgesprächen – nach den Mängeln seines Kunden. Im Gegenteil: Hervorgehoben werden im Dialog alle positiven Eigenschaften, die Wünsche und Träume des Kunden. Die Bestätigung des Positiven führt zu einem gelungenen Gespräch, an dessen Ende der Kunde gerne und selbstverständlich die empfohlenen Styling- und Pflegeprodukte kauft.



Foto Getty Images

Die vier Phasen in einem AS-Gespräch:

Phase 1: Erkunden, verstehen und wertschätzen, was vorhanden ist!

Die Erkundungsphase dient dem Entdecken des Optimalen. Die Stärken, positive Eigenschaften, Erfahrungen und Merkmale des Kunden werden herausgefiltert.

Phase 2: Visionieren, was sein könnte!

In der Visions-Phase wird auf Erkenntnisse der ersten Phase aufgebaut. Hier soll der Kunde seine Wünsche und Träume äußern.

Phase 3: Gestalten und vereinbaren, was sein soll!

Gemeinsam wird ein optimiertes Zukunftsbild gestaltet. Gehen Sie dabei provokativ, herausfordernd und deutlich über das bislang Verwirklichte hinaus.

Phase 4: Planen, was künftig sein wird!

In der letzten Phase wird geplant, was sein wird und wie dies erreicht wird. Motivierend wird ein Zukunftsbild dargestellt.

Verkaufen lernen :::

Wer die AS-Methode von Thea Simon-van de Ven erlernen möchte, hat dazu an folgenden Terminen Gelegenheit:

::: In der Region Köln

11.–12. Januar 2010 (Baustein 1)
und 22.–23. Februar (Baustein 2).

::: In der Region München

25.–26. Januar 2010 (Baustein 1)
und 1.–2. März 2010 (Baustein 2).

::: In der Region Hannover

3.–4. März 2010 (Baustein 1)
und 17.–18. April 2010 (Baustein 2).

::: In der Region Frankfurt

31. Mai–1. Juni 2010 (Baustein 1)
und 28.–29. Juni 2010 (Baustein 2).

Das Anmeldeformular kann angefordert werden unter:

E-Mail: thea.simon.vandeven@die-vertriebstrainerin.de
T: (05 11) 52 56 19

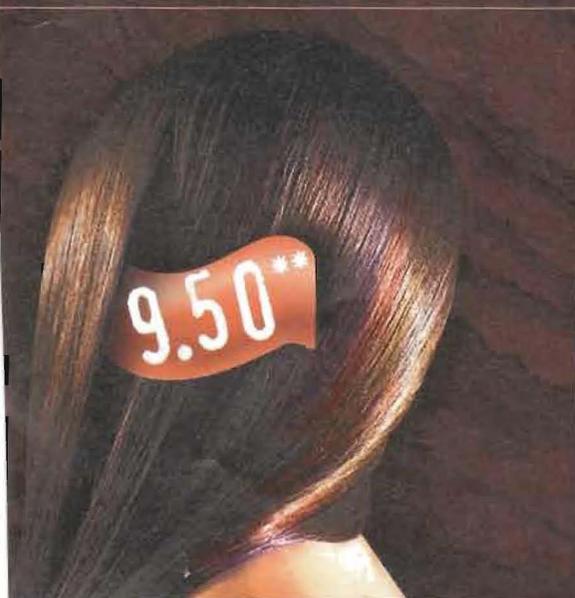
**Hair
seller**
sehen • erleben • kaufen

Live können Sie Thea Simon-van de Ven am 8. November beim Hairseller im Palais am Funkturm in Berlin erleben.



Thea Simon-van de Ven
arbeitet als Kommunikationstrainerin
und Verkaufs-Beraterin

BRILLANTE FARBE. GÜNSTIGER PREIS. KOLORDIREKT.



Die brillante Farbserie „Kolordirekt“ ist wesentlich günstiger als andere Produkte.

* Bestellen Sie online unter!

www.Kolordirekt.de



60ml

9 Euro je 60 ml können Sie Kolordirekt auch per Telefon (0911-569659-50), Fax (0911-569659-25) oder E-Mail (info@kolordirekt.de) bestellen.
Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Exklusiv für Friseure!