

# Wissen + Karriere

Magazin für Persönlichkeitsentwicklung, Motivation, Aus- und Weiterbildung

„In dir muss  
brennen, was  
du in anderen  
entzünden  
willst“!

Alexander Plath, Management Trainer  
und Executive Business Coach



#### Sind Sie schon ausgebrannt?

Birgit Fehst über  
Systemische Burnout-  
Prävention



#### Wer verticken will, muss freundlich sein

Heidi Pütz: Wie Sie Kunden  
angraben, abschleppen und  
süchtig machen



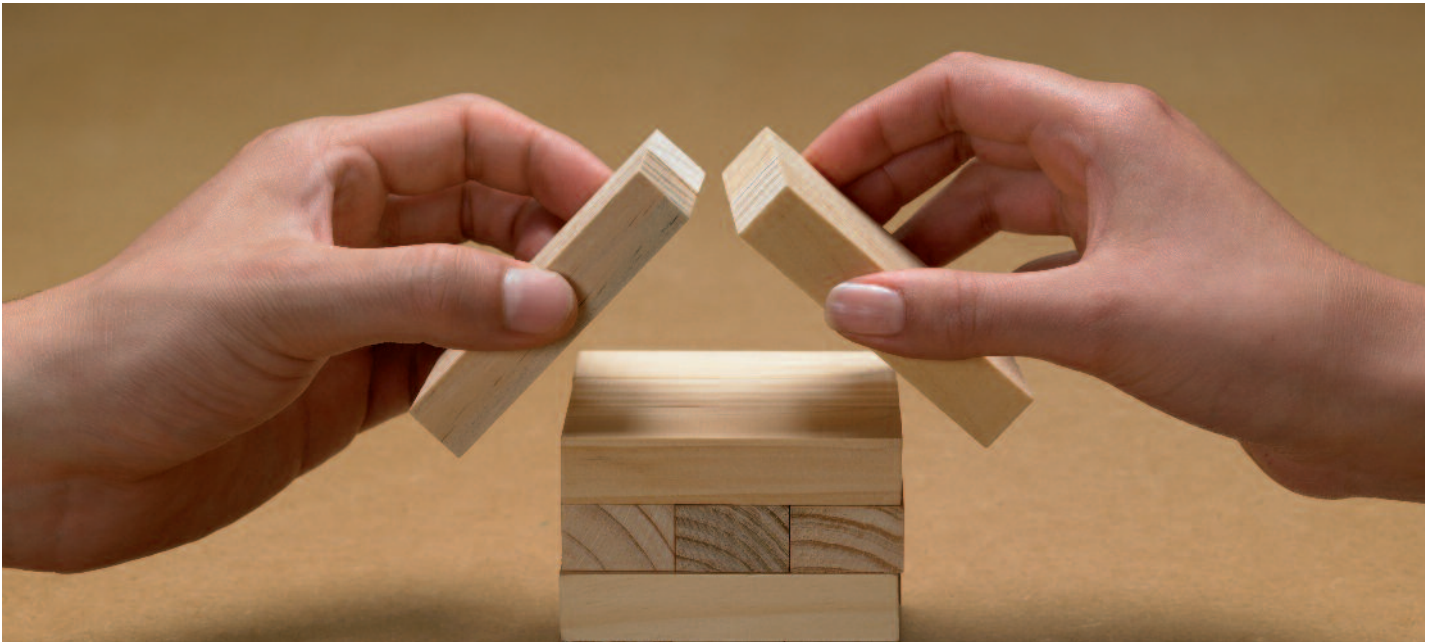
#### Heldinnen am Rednerpult

Greta Andreas: Persönlich-  
keiten, nicht Prinzipien brin-  
gen die Zeit in Bewegung



# Innovatives Seminarkonzept

Thomas Burzler: „Bei etwaigen Rückfragen können Sie mich mal ...!“



*Den Abschluss macht, wer sich mit seinem Angebot maximal auf die Zielgruppe einstellt und sich als fairer Partner erweist.*

**Die Seminarteilnehmer lachen, als Katharina Krispler die abschreckenden Beispiele präsentiert: „In der Anlage erhalten Sie ...!“ oder „Bei etwaigen Rückfragen können Sie mich mal ... anrufen!“. Aber mal ehrlich ...**

Wahrscheinlich verwenden die meisten von uns täglich solche und ähnliche Floskeln in ihrer Geschäftskorrespondenz. Gemeinsam mit nebulösen Endlossätzen sorgen sie für Verschleierung statt Klarheit, für Fragezeichen statt Ausrufezeichen. Katharina Krispler forstet die E-Mails, Geschäftsbriefe und Mailings Ihrer Kunden durch, befreit Sie von den leeren Phrasen und macht daraus kraftvolle, lebendige Texte. „Umfragen zeigen, dass 68 Prozent der Kunden aus Mangel an Wertschätzung und Anerkennung zu einem anderen Unternehmen wechseln. Das ist auch eine Frage des Schreibstils“, so Krispler. Mit den richtigen Worten lassen sich Respekt und Nähe erzeugen. „Hier liegt in den Unternehmen enorm viel Potenzial brach, das man nutzen sollte.“ Lange Jahre war die Experte für schriftliche Kommuni-

kation in namhaften Unternehmen für Direktmarketing-Aussendungen zuständig. Sie erreichte enorme Responsequoten und kurbelte mit ihren Mailings die Umsatzzahlen an.

## Sales-Workshop mal anderes

Mit den richtigen Worten kann man Kunden gewinnen und sie langfristig binden, also klassische Vertriebsziele erreichen. Gemeinsam mit dem Vertriebsexperten Thomas Burzler kam die Österreicherin daher auf eine Idee: Warum nicht einen Workshop anbieten, der neben den verbalen auch die schriftlichen Aspekte des Verkaufens umfasst? Zunächst starteten die beiden einen Versuchsballon. Der erfolgreiche Verkaufstrainer holte Katharina Krispler in einem seiner Vertriebsworkshops mit ins Boot. „Das kam bei den Teilnehmern so gut an, dass wir nun ein komplettes Seminarkonzept zusammen entwickelt haben“, so der Buchautor Thomas Burzler.

„Im 4/4-Takt Kunden gewinnen“ ist der Titel des innovativen Workshops. Angelehnt an die vier

Phasen der Kundengewinnung – und ein bisschen auch an den Wiener Walzer, auch wenn sich der im 3/4-Takt dreht: „Wir zeigen den Teilnehmern, wie sie erfolgreicher verkaufen. Und wir machen das mit ganz viel Leichtigkeit und Charme verrät Katharina Krispler.

## In vier Takten von der

### Kaltakquise zur langfristigen Partnerschaft

In der Tat zeigt sich beim Besuch des Workshops: Die beiden Trainer spielen sich die Bälle mühelos zu, die Ansätze der beiden Protagonisten ergänzen sich perfekt. Wie weckt man erfolgreich das Interesse des Kunden? Das ist der Inhalt des ersten Takts. Schließlich gibt es die allermeisten Produkte und Leistungen heute -zigfach, der Kunde hat fast immer eine Alternative. „Entweder man differenziert sich rein über den Preis – das ist eine langfristig sehr gefährliche Strategie – oder über immaterielle Werte“, so Thomas Burzler. „Werden Sie zum Experten für Ihren Kunden und zeigen Sie ihm, wie Sie sein Leben einfacher, erfolgreicher machen können.“ Kluges

Verbesserungspotenzial in den Bereichen Innovation, Wachstum, Finanzen und Strategie – daran seien alle Entscheider interessiert. Die Nähe zur Zielgruppe ist auch im schriftlichen Pendant des Akquise-Gesprächs, dem Mailing, der zentrale Aspekt. „Wer beim Schreiben die Perspektive wechselt und in die Rolle des Adressaten schlüpft, macht es schon mal deutlich besser als die meisten anderen“, erklärt Katharina Krispler. Schon mit kleinen Änderungen in der schriftlichen Kommunikation sei eine klare Differenzierung am Markt und damit ein Wettbewerbsvorteil zu erreichen.

Im Idealfall hat man nun also beim Kunden Interesse geweckt. Im zweiten Takt sollen dem Kunden nun Lösung und Leistung präsentiert werden. Neben der perfekten Vorbereitung legt Thomas Burzler hier einen besonderen Fokus auf die innere Einstellung: „Sie müssen von Ihrer Lösung selbst überzeugt sein und auch mit einem Nein klarkommen.“ Die Zeiten, in den Verkäufer mit Psychotricks den Kunden unter Druck setzen konnten, sind längst vorbei. Im Käufermarkt, in dem es für den Kunden fast immer eine Alternative gibt, kommt es stark auf die Persönlichkeit des Verkäufers und seine Fähigkeit zur Einführung an.

Menschlichkeit, Optimismus und Authentizität sind nicht nur in dieser Phase der Kundengewinnung zentrale Attribute. Und sollten sich auch in der begleitenden schriftlichen Korrespondenz spiegeln. Weg mit den Konjunktiven, Füllwörtern und komplizierten Schwurbelsätzen. Mit Katharina Krisplers Tipps entsteht eine Sprache, die klar und lebendig ist und den Kunden auch auf emotionaler Ebene packt.

Insbesondere im dritten Takt, der sich dem Angebot widmet, zeigt diese optimierte schriftliche Kommunikation ihre durchschlagende Wirkung. „Das Angebot ist nichts anderes als ein schriftliches Verkaufsgespräch. Aber Sie glauben gar nicht, was da bei den potenziellen Kunden so alles auf dem Schreibtisch landet“, so die Kom-

munikationsexpertin. Seitenweise wird da bisweilen im Detail die eigene Firma vorgestellt, im Extremfall von der Homepage kopiert.

In den letzten beiden Sätzen wird mal eben noch kurz auf den Kunden eingegangen. Dabei gilt hier, wie bei allen Phasen des Verkaufsprozesses: Den Abschluss macht, wer sich mit seinem Angebot maximal auf die Zielgruppe einstellt und sich als fairer Partner erweist.

Und diese Partnerschaft hört nach dem Auftragsabschluss nicht auf. Im vierten Takt des Workshops erklären Katharina Krispler und Thomas Burzler, wie man die schriftliche und mündliche Kommunikation so gestaltet, dass eine langfristige Win-Win-Beziehung entsteht.

Nach den vier Takten ist eines sehr deutlich geworden und der Workshop selbst ist das beste Beispiel dafür: Wenn Schrift und Wort sich optimal ergänzen und konsequent am Kunden orientiert sind, dann ist das ein ganz entscheidender, strategischer Erfolgsfaktor für Unternehmen aller Couleur.

Zwei der 4/4-Takt-Workshops können Interessierte im Rahmen der Veranstaltung „Sales-Professional“ am 17. und 18. November in Wien besuchen. Aber auch als Inhouse-Training kann das Konzept von Firmen gebucht werden – natürlich mündlich und schriftlich individuell und optimal auf die jeweilige Branche und Zielsetzung zugeschnitten.

Der Workshop „Kunden gewinnen im 4/4-Takt“ Kommunikationstrainerin Katharina Krispler und Vertriebsexperte Thomas Burzler zeigen mittels vieler Praxisbeispiele, wie Unternehmen die vier Phasen der Kundengewinnung mündlich und schriftlich abschlussorientiert gestalten. Das Konzept kann als individuelles Inhouse-Training gebucht werden.

Die nächsten öffentlichen Workshop-Termine sind im Rahmen des Events „SalesProfessional“ am 17. und 18. November in Wien. ■



**Thomas Burzler**

ZUR PERSON

*Thomas Burzler ist Redner, Verkaufstrainer, Buchautor und Gastdozent an der Hochschule Augsburg. 2011 hat er mit dem CSP die wichtigste internationale Speaker-Auszeichnung erhalten. Die „Augsburger Allgemeine“ zählt ihn zu den „besten Referenten und Rednern der Welt“. Sein Credo lautet: „Verkaufen Sie mit Gewinn“ – mit klugem Preismanagement, optimierten Angeboten und der richtigen Einstellung.“*

*Mehr Infos unter [www.thomas-burzler.de](http://www.thomas-burzler.de)*



**Katharina Krispler**

ZUR PERSON

*Jahrelange, erfolgreiche Erfahrungen im Direktmarketing mit Response-Quoten von bis zu 20 % machen sie zur Expertin für die „bewusste, schriftliche Kommunikation“. Viele Unternehmen im deutschsprachigen Raum schätzen ihre maßgeschneiderten Trainings mit Witz, Charme, Karikaturen und Professionalität.*

*Mehr Infos unter [www.wort-wechsel.at](http://www.wort-wechsel.at)*