



Bessere Abschlussquoten, mehr Umsatz und Gewinn durch Kommunikation *mit Hirn*

Der rote Faden

Wie Sie und Ihr Team zu Akquise-Experten werden

Eckart Krüger

Zertifiziert vom Q-Pool 100, der offiziellen Qualitätsgemeinschaft
internationaler Wirtschaftstrainer und -Berater e.V.

- Erfahrener Vertriebsberater, Trainer und Coach
- Einige Anwender- und Kundenstimmen
- Hochwirksame Trainingsmethoden aus der Praxis
- Passgenaue Mitarbeiter/innen gewinnen
- Erfolgreiche Neukundenakquise *mit Hirn*
- Mehr Abschlüsse aus gehirngerechten Angeboten
- E-Mail-Marketing *mit Hirn* und der digitalen EVA



Akquise-Experten.de

■ Erfahrener Vertriebsberater, Trainer und Coach



Eckart Krüger, Ihr Berater und Trainer, gehört zu den führenden Vertriebsexperten. Nach seinem Studium an der TU Darmstadt (Wirtschaftsingenieur Maschinenbau) startete er im Vertriebs-Außendienst, stieg zum Vertriebsleiter und Geschäftsführer auf und war elf Jahre Partner eines renommierten Vertriebs-Trainingsinstituts.

Seit 1997 berät, trainiert und coacht er erfolgreich im Vertrieb und Verkauf, wie zahlreiche Kundenstimmen und Referenzen auf www.akquise-experten.de/referenzen zeigen. Seine Erfahrung aus über 1.200 Vertriebsprojekten in mehr als 250 Unternehmen liefert praxisnahe Lösungen, die Vertriebs- und Verkaufsteams sofort umsetzen können.

2003 zertifizierte ihn der **Q-Pool 100**, die Qualitätsgemeinschaft internationaler Wirtschaftstrainer und -Berater e.V. Er ist ein gefragter Redner bei Roadshows, Kongressen und Firmenmeetings, wo er über Vertriebsthemen, auch an der Schnittstelle von digitaler und analoger Welt spricht.

2009 absolvierte er eine Zusatzausbildung zum **limbischen Vertriebs- und Verkaufstrainer** bei Dr. Hans-Georg Häusel, dem Top-Experten für Neuro-Psychologie und Neuro-Marketing in Deutschland. Dieses Knowhow befähigte ihn, einen hochwirksamen „roten Faden zum Kunden“ zu entwickeln, der bei mehreren hundert mittelständischen Unternehmen im Einsatz ist: Vom ersten Kontakt bis zum erfolgreichen Abschluss und bei der nachhaltigen Betreuung von Bestandskunden. Viele Weiterbildungen, etwa bei Robert Dilts, Michael Grinder, Prof. Barbara Schott und Prof. Dr. Johann Löhn (Zeit- und Selbstmanagement), runden sein Knowhow ab und garantieren Ihnen ein exzellentes Training.

Als **Autor** schreibt er für Fachzeitschriften wie Strategie-Journal, Performance, ‚Deutscher Vertriebs- und Verkaufsanzeiger‘, CallCenter Profi, TeleTalk und Versicherungsmagazin sowie für E-Books und Blogs. Bereits 2001 war er Mitautor des **„Erfolgs-Handbuch für mittelständische Unternehmen“**.

Anwender- und Kundenstimmen finden Sie auf der nächsten Seite.

■ Anwender- und Kundenstimmen

„Bei Herrn Krüger bekommen die Teilnehmer einen guten Überblick über alle Schritte vom Erstkontakt bis zum Auftrag. Er benutzt einen speziellen „roten Faden“, der bei allen Teilnehmern sehr gut ankommt. Methodik und Systematik seines Vortrages sind sehr gut verständlich und transparent; sie lassen sich nach einhelliger Auffassung seiner Teilnehmer sehr gut in die Praxis umsetzen“.

Dietmar Kübler, Geschäftsführer Berufsbildungsinstitut

"Es war mir eine große Freude, Sie als Referenten zu erleben. Das Thema [limbischer Verkauf] ist spannend und gilt genauso für meinen Bereich der Personal- und Führungskräfteentwicklung. Daran muss man immer wieder arbeiten. Bei Ihnen brachte der Wechsel zwischen anschaulich gestaltetem Input und teilnehmer-orientierter Gruppenarbeit Dynamik in das Seminar."

Irma Amrehn, Leiterin Personal Knauf Gips KG

„Sehr verdichtet, gut verständlich und nachvollziehbar!“

Dipl.-Ing. Gerd Weisensee

„Das Angebot erstellt: limbische Schlagwörter verwendet im Angebot und am Telefon. Ich hatte das Gefühl, dass sich der Kunde gut aufgehoben gefühlt hat. Der Auftrag kam zustande, limbisch [typgerechte Argumentation] funktioniert“

Andrea Müller, Vertriebs-Innendienst

„Argument: zu teuer! Gegenargumentation „zeitsparend“. Es kam zum guten Verkaufsgespräch. Der Kunde akzeptierte die Argumente und hat gekauft. Mit guter [limbischer] Argumentation kann man die Kunden schneller zur Kaufentscheidung bringen.“

Uwe Thüring, Vertriebs-Außendienst

„Der rote Faden war deutlich sichtbar und hat deutliche Anker hinterlassen“

Stefan Schütz, Unternehmensberater

„Kunde hatte Konkurrenzprodukt in der Hand. Durch die limbische Argumentation hat er dann doch unser Produkt gekauft.“

Axel Hoppe, Vertriebs-Außendienst

„Vorbereitung ist der Schlüssel zum Erfolg! Wir sind Topseller!“

Vassilios Goullos, Bereichsleiter Vertrieb

■ Aktuelle Herausforderungen meistern

Als erfahrener Vertriebsberater und Trainer bieten wir Ihnen bewährte Lösungen und einen klaren **roten Faden**, um aktuelle Herausforderungen im Vertrieb zu bewältigen, wie

- zu hoher **Zeit- und Kostenaufwand** bei Neukundengewinnung, Bestandsbetreuung
- niedrige oder schwankende **Abschlussquoten** und langwierige Entscheidungsprozesse,
- **Motivationsprobleme** im Team und fehlende **Systematik**.

Mit über 25 Jahren Erfahrung als Vertriebsberater, Trainer und Coach mit Zertifizierung in den neuesten Erkenntnissen und Tools der Hirnforschung helfen wir Ihnen, Ihre Marktbearbeitung und Vertriebsprozesse „mit Hirn“ zu optimieren.

■ Diese Angebote finden Sie auf den nächsten Seiten

☐ **Hochwirksame Trainingsmethoden aus der Praxis für die Praxis** 5

Oft wird nur ein kleiner Bruchteil der erlernten Inhalte umgesetzt. Die Ursache dafür sind zwei Probleme, die wir für unsere Kunden besser gelöst haben.

☐ **Messbare Erfolge und ein klarer ROI** 6

☐ **Genau passende Mitarbeiter/innen gewinnen** 6

„Alles steht und fällt mit den richtigen Leuten“ sagen viele Führungskräfte, besonders im Vertrieb. Zwei Original-Profile zeigen Unterschiede zwischen High- und Low-Performern

☐ **1,5-tägiger Praxisworkshop: Erfolgreiche Neukundenakquise** 7

In diesem sehr praxisorientierten Training bekommt Ihr Team einen tausendfach bewährten **roten Faden zu neuen Kunden** und lernt, Neukunden mit hoher Erfolgsquote zu akquirieren

☐ **Kunden- und Verkaufsgespräche mit hoher Abschlussquote führen** 9

Unterschiede in der Erfolgsquote zeigen ungenutzte Umsatzpotenziale, die durch ein gutes Vertriebs- und Verkaufstraining gehoben werden können.

☐ **Angebote und Präsentationen *mit Hirn* optimieren** 14

Gehirngerechte Präsentationen und Angebote überzeugen Kunden, erhöhen die Abschlussquote und senken den Zeitaufwand und die Kosten pro Abschluss.

☐ **Beratendes E-Mail-Marketing *mit Hirn* und der digitalen EVA** 16

EVA steht für „Effiziente Vertriebs-Automation“ und ist eine digitale Vertriebs-Assistenz, die rund um die Uhr sehr kompetent und 100 % zuverlässig für Sie arbeitet.

☐ Hochwirksame Trainingsmethoden aus der Praxis

Zwei Probleme bei Vertriebs- und Verkaufstrainings haben wir besser gelöst. Wer nur sitzt und zuhört, lernt wenig. Deshalb bewegen sich unsere Teilnehmer viel und üben aktiv die einzelnen Schritte. Ein weiterer Schwachpunkt bei Vertriebs- und Verkaufstrainings: Trainingsordner landen oft im Regal und werden selten genutzt. Wir setzen zusätzlich auf die Lernkartei, ein bewährtes System aus dem Sprachenlernen.

Unsere praxisorientierten Trainingsmethoden bewirken nachhaltige Verhaltensänderungen. Die folgenden Elemente kommen zum Einsatz:

Vorführen (sehen): Der Trainer oder Teamleiter demonstriert jeden Lernschritt.

Erläutern (hören): Inhalte und Sinn der Schritte werden erklärt und diskutiert.

Einprägen (schreiben): Wir nutzen effektive Methoden aus dem Sprachenlernen.

Ausprobieren (selbst sprechen): Teilnehmer üben in entspannter Atmosphäre und festigen ihr Wissen.

Umsetzen (selbst ausführen): Inhalte sind so gestaltet, dass sie sofort in der Praxis anwendbar sind.

Berichten (selbst sprechen): Im nächsten Trainingsintervall, auch online möglich, berichten Teilnehmer über Praxiserfahrungen. Diese Berichte motivieren andere, ihr Verhalten zu überdenken und umzusetzen.

Optionales Buddy-System (mit Partner/in üben): Zwei Teilnehmer bilden ein Team und tauschen sich regelmäßig über Herausforderungen, gute Lösungen und Ergebnisse aus, um das Gelernte zu festigen.

Lesen (selbst denken): Wir empfehlen, das begleitende Buch abschnittsweise zu lesen, um das Wissen zu vertiefen.

Zusammengefasst trainiert jeder Teilnehmer an seiner eigenen Verkaufssituation. Unter Anleitung des Trainers und durch aktive Lernmethoden überarbeiten die Teilnehmer/innen ihre Kunden- und Verkaufsgespräche und setzen sie direkt in die Praxis um. Rollenspiele helfen, sich in die Kundenperspektive zu versetzen, was wertvolle Erkenntnisse liefert.

Unterstützung der Führungskräfte

Wir unterstützen Führungskräfte dabei, die Motivation im Team zu steigern und Erfolge zu sichern. Neuropsychologische Methoden und Werkzeuge verbessern gezielt die Führungsqualitäten, z.B. bei Mitarbeiter-Feedback und Motivation. Dies gilt sowohl für den Vertrieb als auch für die „Kunden“ von HR- oder Geschäftsleitung, wie neue Mitarbeitende oder Talente, die Sie gewinnen oder im Unternehmen halten möchten.

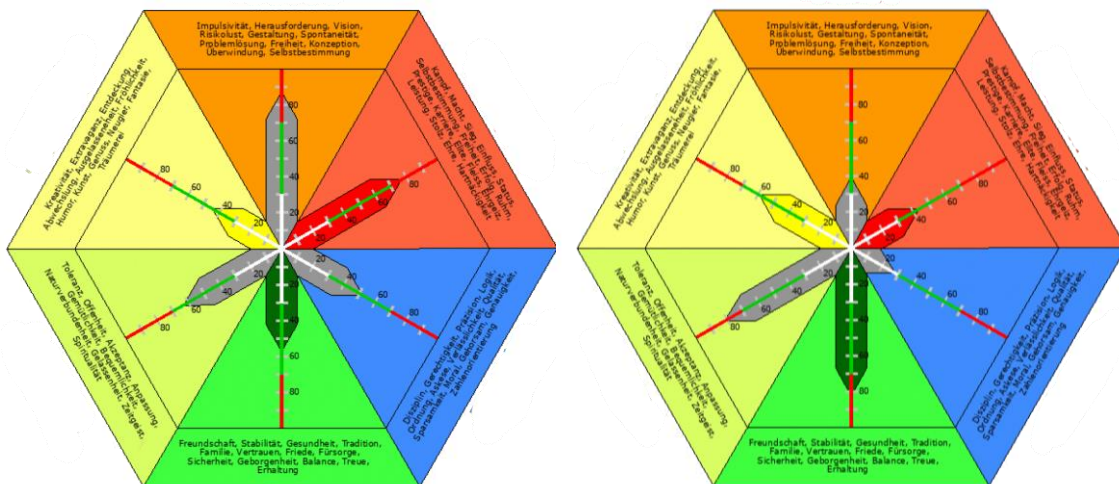
□ Messbare Erfolge und ein klarer ROI

Aktuelle interne Unternehmensprozesse lassen sich ins Training einbinden. Das stärkt das unternehmerische Denken der Mitarbeiter. Es ist eine Investition, die viel mehr einbringt, als sie kostet.

Die Differenz in den Abschlussquoten und Umsätzen zwischen Top- und Low-Performern zeigt, welche Umsatzpotenziale gehoben werden können.

□ Genau passende Mitarbeiter/innen gewinnen

„Alles steht und fällt mit den richtigen Leuten“ sagen viele Führungskräfte. Besonders im Vertrieb entscheidet die richtige Mitarbeiterauswahl sehr stark über den Erfolg. Genau passende Mitarbeiter/innen für den Außendienst zu finden, ist oft eine Herausforderung. Um nachhaltige Erfolge zu erzielen, müssen sie nicht nur fachlich kompetent sein, sondern auch persönlich zur Stelle, zum Team und zum Unternehmen passen.



Hier sehen Sie zwei Original-Profile: High-Performer und Low-Performer im Vertrieb haben sehr unterschiedliche emotionale Persönlichkeitsprofile. Ein **Test vor der Einstellung** kann diese Unterschiede sichtbar machen und viel Zeit und Geld sparen. Aus Profilen von High-Performern haben wir einen **limbischen Mitarbeiter-Avatar** entwickelt, mit dem Sie gezielt die richtigen Kandidaten für offene Stellen auswählen können. Das spart Zeit, Geld und Nerven – und bringt bessere Ergebnisse.

Wie ein mittelständisches Unternehmen dank des limbischen Mitarbeiter-Avatars nach mehreren Fehlversuchen den „Volltreffer!“ (O-Ton des Geschäftsführers) landete, lesen Sie in unserem **E-Book „Fach- und Führungskräfte erfolgreich gewinnen und binden“**, das Sie kostenlos auf www.akquise-experten.de/personalakquise/ herunterladen können.

□ 1,5-tägiger Praxisworkshop zur erfolgreichen Neukundenakquise

In diesem praxisnahen Workshop lernen Ihre Mitarbeiter/innen in eineinhalb Tagen, wie sie Neukunden mit hoher Erfolgsquote ansprechen und Termine vereinbaren – oft mit einer Quote von über 75 Prozent. Sie bekommen einen bewährten **roten Faden**, wie sie

- mit Leads aus dem Internet erfolgreich Termine vereinbaren
- mit klassischer Kaltakquise Kaufinteressenten gewinnen
- Messe-Leads, Empfehlungen usw. effizient und erfolgreich bearbeiten

Diese eineinhalb intensiven Trainingstage steigern die Vertriebseffizienz und amortisieren sich schnell. Informieren Sie sich über unser Trainings- und Coachingangebot!

Aufgabenstellung und Ziele

Die folgende Ziele sind nicht abschließend gemeint, sondern sollen als Gesprächsgrundlage dienen:

1. Mehr Umsatz mit Neukunden durch systematische Marktbearbeitung.
2. Im Mittelpunkt steht die erfolgreiche Umsetzung in die tägliche Vertriebs- und Verkaufspraxis.
3. Verstehen, warum Kunden Ja oder Nein sagen, und lernen, wie man ihre Entscheidung mit einfachen Mitteln positiv beeinflusst.
4. Vertriebler/innen gewinnen Sicherheit in der Neukundenakquise, übertragen diese auf ihre Angebote und verbessern so ihre Ergebnisse.
5. Die Teilnehmer führen Akquisetelefonate selbstbewusst und souverän.
6. Sie erhalten einen roten Faden, den sie individuell und authentisch in die Praxis umsetzen können – für Terminvereinbarungen mit neuen Leads sowie für Kunden- und Verkaufsgespräche. Erfahrungsgemäß liegt die Terminquote nach einer Schulung bei über 75 %.
7. Die Qualität der Kommunikation wird klarer und hochwertiger, was die Verkaufsergebnisse steigert.
8. Optimiertes Verhalten führt zu nachhaltigem Mehrumsatz, höherer Kompetenz und besseren Abschlussquoten.
9. Zufriedene Kunden sorgen für Zusatzverkäufe und Empfehlungen.
10. Sicherheit, Effizienz, Qualität und Ergebnisse im Vertrieb und Verkauf verbessern sich.
11. Option: Professioneller Einsatz von Online-Präsentationen
12. Nach einem Vorgespräch ergänzen wir Aufgaben und Ziele von Ihnen

Inhalte

Wir kombinieren bewährte Ansätze aus drei Jahrzehnten Vertriebserfahrung mit innovativen Methoden und Erkenntnissen aus der Hirnforschung.

Stichworte zu den Inhalten:

1. Einen starken **ersten Eindruck** hinterlassen.
2. **Vertrauen** in drei Stufen innerhalb von **45 Sekunden** aufbauen.
3. **Interesse wecken** – in der Zeit, in der ein Streichholz abbrennt. Das sind 25 bis 30 Sekunden.
4. **Einwände** souverän entkräften.
5. Die **Art und Weise** am Telefon optimieren und dadurch bessere Ergebnisse erzielen.
6. **Motivation** und Freude an der Akquise steigern – sie soll auch Spaß machen!
7. Ein großer Vorteil dieser Systematik: Der **rote Faden** ermöglicht es jedem, **authentisch** zu bleiben und eigene Worte zu verwenden. Niemand muss sich verstellen und fremde Worte verwenden.
8. Neukundenakquise in den **Terminkalender** integrieren, inklusive organisatorischer Tipps.
9. Die Wirkung der **Körpersprache** am Telefon nutzen.
10. Viele Tipps und Tricks aus der Praxis

Wir üben intensiv. Es ist eine Kombination aus bewährten und innovativen Trainingsmethoden, die den Vertriebsmitarbeiter(inne)n helfen, mit neuen Kunden ins Gespräch zu kommen, sie zu überzeugen und ihre Verkaufsergebnisse weiter zu steigern.

Option: Einzelcoaching „unter vier Ohren“

Wer tiefer in die limbische, typgerechte Sprache eintauchen möchte, dem bieten wir ein gezieltes Coaching auf Basis eines limbischen Persönlichkeitstests an. Dieser Test stärkt individuell die Stärken der Mitarbeitenden und entwickelt wichtige Potenziale.

- Der Test erfolgt online und dauert etwa 25 Minuten.
- Das Coaching umfasst in der Regel 2-3 Telefonate von circa 60 Minuten
- Kundenfreundliche zeitbezogene Abrechnung

Mit diesem Coaching werden die persönlichen **Stärken weiter gestärkt und Schwachstellen erkannt**, die kurzfristig ausgeglichen werden können: Im Mittelpunkt stehen mehr Sicherheit, eine Verbesserung der Gesprächsqualität und das Erzielen bestmöglicher Ergebnisse.

□ Kunden- und Verkaufsgespräche mit hoher Abschlussquote

Produkte und Dienstleistungen einfacher verkaufen *mit Hirn*

Die Sprache des Kunden sprechen

Viele Vertriebler und Verkäufer haben die Denkweise ihrer Kunden nicht wirklich verstanden. Das führt oft zu unbefriedigenden Ergebnissen: Der potenzielle Kunde sagt „nein!“ und wählt ein anderes Angebot, obwohl er eigentlich Ja sagen sollte. Oder er lehnt unsere „exzellente Beratung“ ab. Warum? Weil das Angebot falsch präsentiert wird. „Alles, was keine Emotionen auslöst, ist für das Gehirn wertlos“, sagt Dr. Hans-Georg Häusel, ein Experte, der diese Zusammenhänge wissenschaftlich untersucht hat und als Top-Experte für Neuro-Psychologie gilt.

Welche Emotionen wirken bei Ihren Zielgruppen?

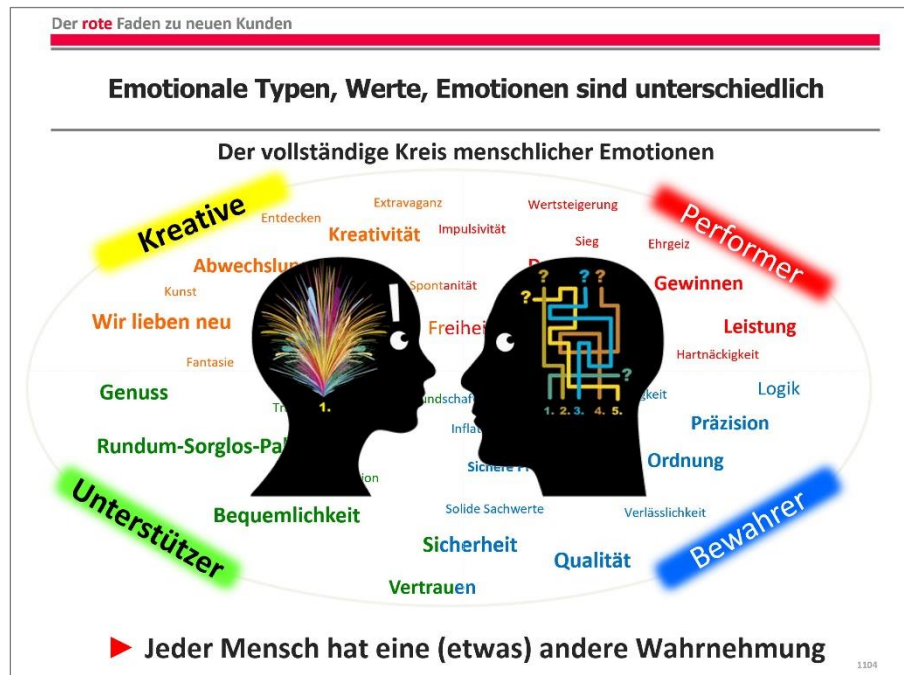
Jeder weiß, dass Menschen unterschiedlich „ticken“: bei dem oder der Einen löst die Erwartung von Dominanz, Leistung und das Gewinnen positive Gefühle aus, bei Anderen ist es die Aussicht auf Sicherheit und Qualität. Bei einem Dritten ist es die Aussicht auf Genuss oder die Freude, etwas Neues auszuprobieren. Kurz: Jede Gesprächspartnerin und jeder Gesprächspartner besitzt ein bestimmtes emotionales Profil. Wer das als Verkäufer oder Vertriebler erkennt und darauf eingeht, erreicht seine Ziele schneller und besser. Die Abschlussquote und der Umsatz steigen, der Zeitaufwand pro Abschluss sinkt, und eine Erfolgsspirale startet.

Praxisbeispiel: Vom „Penner“ zum „Renner“ in sieben Wochen

Gerhard Piehler (Name geändert), Malermeister und Außendienstmitarbeiter einer schwäbischen Lackfabrik, belegte in der monatlichen „Renner- und Penner-Liste“ oft den letzten Platz. **Das hat ihn selbst und den Vertriebsleiter frustriert, weil er sich sehr bemüht hatte, weiter nach vorne zu kommen.** In unserem limbischen Vertriebs- und Verkaufstraining erkannte er seine Fehler in den Verkaufsgesprächen und änderte kurzfristig sein Verhalten. Bald erreichte er fast den ersten Platz und steigerte seinen Umsatz deutlich, was ihm als **Lächeln und selbstbewusste Körpersprache** deutlich anzusehen war und auch beim **Vertriebsleiter große Freude** auslöste. Auch das Vertriebsteam wurde dadurch weiter motiviert, die Trainingsinhalte umzusetzen. Und der Geschäftsführer berichtete, dass durch das Training der **Jahresumsatz** des Unternehmens **um 15 Prozent gesteigert** werden konnte. Ein klarer Beweis, dass diese Methoden die Abschlussquote, den Umsatz und die Rendite erheblich verbessern können. Jeder kann diese Inhalte lernen, unabhängig von Schul- oder Vorbildung.

Kundentypen erkennen, Gesprächsführung und Argumentation trainieren

In diesem Training lernen Sie, die verschiedenen Kundentypen zu erkennen und auf ihre emotionalen Profile einzugehen. Sie üben, verbal und nonverbal auf die Gesprächspartner einzugehen und Ihre Argumente so anzupassen, dass Sie Ihre Ziele effizient und sicher erreichen. Jeder kann das lernen, denn jeder Mensch besitzt ein Gehirn, das Informationen im limbischen System verarbeitet.



Mit typgerechter Argumentation nachhaltige Erfolge erzielen

Bisher findet die Zuordnung von Kunden zu bestimmten emotionalen Typen mehr oder weniger willkürlich und „aus dem Bauch“ heraus statt. Dieses Vertriebs- und Verkaufstrainings bieten Ihnen erstmals wissenschaftlich fundierte, sofort anwendbare Methoden und „scharf geschliffene“ Werkzeuge für den Alltag.

In diesem Training lernen Sie, jeden Kunden direkt einem emotionalen Persönlichkeitstyp zuzuordnen. Schon nach wenigen Sätzen, anhand seiner Körpersprache oder der Accessoires in seinem Büro, erkennen Sie, was diesen Kunden emotional am meisten anspricht. Diese Erkenntnisse können sofort in eine präzise Argumentation umgesetzt werden, die positive Emotionen für das Angebot weckt.

Gleichzeitig vermeiden Sie Themen, die beim Kunden negative Reaktionen auslösen könnten. Sie betonen stattdessen die Vorteile, die ihm ein gutes Gefühl geben. Anders gesagt: Sie verkaufen nicht mehr – sondern lassen Ihre Kunden mit einem guten Gefühl einkaufen!

Dieses Training bringt Ihnen:

- Die Zeit bis zum Abschluss wird verkürzt, weil bei jedem Kunden auf direktem Weg die entscheidenden Ja-Knöpfe aktiviert werden.
- Sie vermeiden, dass sie aneinander vorbeireden. Weil Sie in dem Training auch erkennen, welcher emotionale Typ sie selbst sind.
- Missverständnisse werden ausgeschlossen, weil Sie mit jedem Kunden sofort auf die emotional richtige Schiene kommen.
- Sie gewinnen zufriedene Kunden, weil sie jedem Kunden genau das geben, was er oder sie wirklich haben will.

Trainings-Inhalte

Grundlagen Das Gehirn und das limbische System steuern Entscheidungen im Verkauf. **Emotionen und Werte:** Der Kreis menschlicher Gefühle. **Limbisches Business Modell:** Haupttypen erkennen. **Qualität und Sicherheit steigen** im Kunden- und Verkaufsgespräch. **Typgerechte Argumentation** gelingt mit limbischer Sprache: Adjektive, Verben, Geschichten, Bilder und Symbole schaffen Vertrauen und Verständnis. Warum auch der Verkauf von technischen Dienstleistungen und Produkten hochemotional ist.

Wir trainieren alle Phasen und Schritte im Verkaufsprozess:

Das sind nur Stichworte, die Trainingsschwerpunkte stimmen wir individuell ab:

1. Aufmerksamkeits-Phase

2. Interesse wecken: Beziehung aufbauen, abgestimmt auf den limbischen Typ.

3. Analyse-Phase: Gezielte Fragetechnik: Kaufmotive gezielt erfragen, Kundentyp sofort erkennen.

4. Angebots-Phase

Produkt-Nutzen-Ketten und Überzeugungseinheiten entwickeln, Produktvorteile und Kundennutzen wirkungsvoll darstellen, sichere Beweisführung, überzeugend argumentieren, Grundlagen typgerechter Argumentation lernen und anwenden.

5. Einwandbehandlung

Einwände sicher behandeln, Einwände von Vorwänden unterscheiden, Verkaufsabschluss typbezogen vorbereiten .

6. Abschluss-Phase

Abschlussbereitschaft erkennen, zielgerichtete Abschlusstechniken einsetzen .

7. Verabschiedungs-Phase

Kundenbeziehung stärken, Kaufreue vorbeugen, einen positiven Eindruck hinterlassen.

8. Persönlichkeit und innere Einstellung: In jeder Trainingseinheit fördern wir Persönlichkeit und Haltung mit bewährten Tools und Mentaltechniken. Teilnehmer können zusätzlich ein Coaching nutzen, um Schwächen auszugleichen und Stärken auszubauen.

9. Selbstorganisation:

Realistische Ziele setzen und erreichen, Termine professionell vor- und nachbereiten, effizientes Zeit- und Selbstmanagement.

10. Freude, Eigenmotivation und Begeisterung:

Diese oft unterschätzten Erfolgsfaktoren sind mitentscheidend im Verkauf. Spitzenverkäufer betonen die Erfolgsfaktoren **Energie** tanken, innere **Motivation** mitnehmen, **Begeisterung** spüren und weitergeben!

Trainingsdaten

Dauer des Trainings:

- Drei Tage als Block- oder Intervalltraining
- Praxisphasen für die Umsetzung, in der Regel 2-4 Wochen
- Im Anschluss an das Training bieten drei Online-Meetings zu je 1,5 bis 2 Stunden die Möglichkeit, um Erfahrungen auszutauschen und die gelernten Inhalte weiter zu festigen und zu vertiefen. Das steigert auch die Motivation, das Gelernte im Alltag umzusetzen.

Commitment für die Umsetzung

Großen Wert legen wir auf den uneingeschränkten Praxisbezug der erlernten Methoden und Werkzeuge. Alles, was die Teilnehmer gelernt haben, kann und soll sofort umgesetzt werden. Wir üben viel und aktivieren die Teilnehmer, die sich einbringen und durch zahlreiche Übungen gefordert und gefördert werden.

Jeder Teilnehmer erhält

- Ausführliche Trainingsunterlagen mit Ordner
- Checklisten rund um die limbischen Kundentypen
- Hilfen für die Argumentation
- Option: Ein Buch zum Thema unterstützt das Lernen
- Ein limbischer Persönlichkeitstest zeigt den Teilnehmer/innen, wie ihr eigenes limbisches System arbeitet.

Praxisorientiertes Erlebnistraining

Das Training besteht zu etwa 70 % aus Gruppen- und Einzelarbeiten, Rollenspielen und Brainstorming. Rund 30 % entfallen auf Demonstrationen, Stofferläuterungen und Lehrgespräche. Das ganzheitliche Training zielt auf die praktische Umsetzung ab. Wir achten darauf, dass die Inhalte langfristig behalten und gehirngerecht erlernt werden. Dazu aktivieren wir regelmäßig beide Gehirnhälften und binden sie in den Lernprozess ein.

Die Themen sind methodisch und didaktisch verknüpft, nicht schematisch abgehandelt. So erzielen wir den gewünschten Lernerfolg. Die Merkfähigkeit steigt durch das selbstständige Ausführen auf 90 %: Mit der Lernkartei prägen sich die Inhalte schnell ein, bis sie sicher sitzen und im Alltag abrufbar sind. Das Ergebnis:

Praktische Umsetzung stärken durch Online-Training

Für den „Feinschliff“ und die Optimierung der Ergebnisse bieten sich 90-minütige Online-Trainings per Teams oder Zoom an, nach einer Praxisphase von 2 bis 4 Wochen.

Der Erfahrungsaustausch zu Beginn eines Online-Trainings motiviert die Teilnehmer, das Gelernte täglich in der Praxis umzusetzen. Wichtige Themen können vertieft oder neu erarbeitet werden. Auch das Üben in Zweiergruppen ist möglich. Die Online-Trainingseinheiten lassen sich flexibel, auch außerhalb der Kernarbeitszeiten, z.B. spätnachmittags, vereinbaren.

Begleitende Telefonate mit der Vertriebsleitung

Bei der Umsetzung kommt es auch auf die Führungskräfte an. Wir besprechen, wie die Führungskräfte die Umsetzung und die Erfolge der Teilnehmer/innen weiter unterstützen können. Das ist mit wenig Zeitaufwand möglich.

□ Präsentationen und Angebote gehirngerecht optimieren

Besonders bei komplexen Angeboten und Präsentationen für Neukunden brauchen Sie einen klaren Plan und einen guten roten Faden. Ist Ihre Abschlussquote bei bestimmten Zielgruppen oder Angeboten unbefriedigend, fragen Sie sich: Wie viel Umsatz geht uns jährlich durch nicht realisierte Angebote verloren? Finden Sie die Schwachstellen und beheben Sie sie zügig, am besten gleich *mit Hirn*.



Angebote optimieren mit Hirnforschungs-Knowhow

Wir nutzen effiziente Methoden und Werkzeuge aus 25 Jahren Hirnforschung. **Unser Logo steht für gelungene Kommunikation mit B2B- und B2C-Kunden der unterschiedlichen Kundentypen: Performer, Bewahrer, Pioniere, Unterstützer.** Bereits 2009 und 2010 wurden wir von Dr. Hans-Georg Häusel, einem führenden Experten für Neuro-Psychologie und Neuromarketing, als limbische Vertriebstrainer und Coaches ausgebildet und zertifiziert.

1. Mit Service-Telefonaten Angebote optimal vorbereiten

Führen Sie ein oder zwei vorbereitende Service-Telefonate, um die Anfrage zu qualifizieren. Klären Sie den Bedarf, bauen Sie eine Beziehung auf und erkennen Sie, welcher Entscheidungstyp Ihr Kunde ist.

Ein klarer **Leitfaden** hilft, die richtigen Fragen zu stellen – etwa zu Entscheidern, den Entscheidungskriterien oder Terminen. Ein gut geführtes Telefonat steigert die Abschlusswahrscheinlichkeit. Nutzen Sie dabei die „Klingende Visitenkarte“, den 3-stufigen Vertrauensaufbau und zeigen Sie eine Haltung, die Ihre Kundenorientierung unterstreicht.

2. Angebote kundenorientiert und typgerecht erstellen

Nach dem Telefonat erstellen Sie ein Angebot, das zum Kundentyp passt. Das ist einfacher, als viele denken. Gerne geben wir Ihnen Beispiele.

Wertvolle Erkenntnisse und Tools aus der Hirnforschung werten Angebote auf

Mit diesen Konzepten entwickeln Sie Angebote, die fachlich fundiert und emotional ansprechend für Ihre Zielpersonen sind. Die wissenschaftlichen Grundlagen aus der Hirnforschung und die sofortige Anwendbarkeit steigern den Erfolg der Angebote und sparen Zeit bei Vorbereitung, Erstellung, Nachfassen und Vertragsabschluss.

Was sagen Anwender der Methoden und Werkzeuge *mit Hirn*?

Anwender berichten immer wieder, dass die Abschlussquoten mit diesem Knowhow viel besser werden: „**Wenn wir uns damit vorbereiten, kriegen wir jeden Kunden!**“ sagt zum Beispiel Frank Kitzing, Technischer Produkt-manager und Schulungsleiter bei Paul Jaeger GmbH & Co.KG

Die folgenden Formulierungsbeispiele sollen Ihnen einige Unterschiede aufzeigen. Und Sie werden selbst bemerken, dass verschiedenen Formulierungen Sie unterschiedlich stark ansprechen und positive, neutrale oder negative Emotionen auslösen.

Nutzen-Argumente für Performer

Methoden und Tools aus der Hirnforschung **steigern die Leistung und Effizienz** durch eine klare Argumentation auf den Punkt. Wichtige Argumente sind priorisiert, und **die messbaren Ergebnisse überzeugen**. Der ROI ist hoch: Die Investition ist deutlich kleiner als der erzielte Mehrwert und amortisiert sich kurzfristig – zusätzlich spart der Vertrieb Zeit.

Nutzen für Bewahrer

Sie gewinnen **Sicherheit** durch Methoden und Werkzeuge aus über 30 Jahren wissenschaftlicher Hirnforschung. Optimieren Sie Ihren Angebotsprozess zielgerichtet und **zeitsparend**, ohne ihn grundlegend zu ändern. Dieses hochwertige Wissen bietet nachhaltige **Verbesserungen der Angebotsqualität**, langfristige **Sicherheit** und **Stabilität**. Und es spart Ihnen Zeit.

Nutzen für Pioniere

Mit dem innovativen Knowhow aus der Hirnforschung **setzen Sie zukunfts-orientierte Projekte erfolgreich um**. Das fördert kreative Lösungen, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Innovative Konzepte werden schneller umgesetzt und fördern Fortschritt und Wachstum.

Nutzen für Unterstützer

Diese tausendfach bewährten Methoden und Werkzeuge fördern langfristige **Beziehungen und Partnerschaften**, indem sie individuelle Bedürfnisse und persönliche Ziele berücksichtigen. Das steigert die Kundenbindung und fördert Empfehlungen. Der Fokus liegt auf **Zufriedenheit der Kunden und der Mitarbeitenden** und der Einbindung aller Stakeholder. Wir bieten Ihnen ein **Rundum-sorglos-Paket**.

Eine gehirngerecht durchdachte Kommunikations-Strategie liefert Ihnen nachhaltig bessere Ergebnisse. Ein erstes Kennenlern-Telefonat ist kostenfrei.

Mit Nachfass-Telefonaten den Abschluss sichern

Optimieren Sie einen Leitfaden für Nachfass-Telefonate oder persönliche Gespräche *mit Hirn*. Mit dem bewährten **roten Faden** und gezielter Vorbereitung kommen Sie gut strukturiert, zeitsparend und effizient zum Abschluss.



Die digitale Vertriebs-Assistenz EVA betreut Ihre Zielpersonen ganz individuell 7/24

☐ Beratendes E-Mail-Marketing *mit Hirn* und EVA

EVA steht für „Effiziente Vertriebs-Automation“. Sie agiert wie eine 100 % zuverlässige, kompetente Vertriebsassistentin, die auf hochwertiges E-Mail-Marketing spezialisiert ist. Optik und Inhalte der beratenden E-Mails unterscheiden sich deutlich von Newslettern. „**Content is King!**“ sagte schon Bill Gates.

EVA arbeitet unermüdlich, 365 Tage im Jahr, und führt exakt aus, was programmiert wurde. Anfangs begleite ich die Programmierung, danach genügt monatlich ein bis zwei Stunden zur Kontrolle.

Wir setzen auch bei den beratenden E-Mails auf die bewährten Methoden und Werkzeuge aus der Hirnforschung. Unser Logo steht auch für **E-Mail-Marketing *mit Hirn*** mit B2B- oder B2C-Kunden – gleichgültig ob **Performer**, **Bewahrer**, **Pioniere** oder **Unterstützer**.

Ziele

Ziel ist stabiles Umsatz- und Ertragswachstum durch ein schlankes, selbstlaufendes System, über das niemand mehr nachdenken muss. Die Automatisierung mit EVA generiert kontinuierlich gute Touchpoints mit den Zielpersonen, bringt aktuelle Interessenten, Beratungstermine und Verkaufs-Chancen.

Vertriebs-Mitarbeiter/innen werden aktiv unterstützt

Die verantwortlichen Vertriebs-Mitarbeiter/innen werden auf eine Weise mit einbezogen, dass sie aktiv auf Bestandskunden und Interessenten zugehen. Zusätzlich bietet die von uns verwendete „EVA-Software“ die Möglichkeit der 1:1-Benachrichtigung an den jeweiligen Kundenbetreuer, wenn Kunden oder Interessenten sich gerade aktiv mit dem Thema beschäftigen.

Neue Leads werden automatisch mit beratenden E-Mails betreut, ergänzend zur telefonischen Ansprache. Bestandskunden und alte Interessenten lassen sich durch automatisiertes E-Mail-Marketing aktivieren. Läuft das System, ist kein weiterer Aufwand nötig.

Vorgehensweise

- 1. Analyse:** Wir prüfen Ihre Datenbank und die Möglichkeiten.
- 2. Konzeption:** Strukturierung der Zielgruppen, Festlegung der Versandfrequenz und Kampagnenplanung.
- 3. Content-Entwicklung:** Gemeinsam mit Ihnen und Frau Kiesewetter erstellen wir Inhalte. Der Zeitaufwand für eine E-Mail beträgt anfangs ein bis zwei Stunden. Die E-Mails bleiben meist jahrelang unverändert.
- 4. Versand:** Wir richten die Software ein, übernehmen die E-Mails und steuern den Versand. Wir überwachen und optimieren bei Bedarf.
Die Prozesse sind transparent. Sie erhalten Zugang für den Daten-Upload. Die Abrechnung erfolgt fair nach Zeitaufwand, dokumentiert in 5-Minuten-Schritten. Die Investition in die Automatisierung ist einmalig, der Nutzen langjährig. Fordern Sie bei Interesse weitere Informationen an.
- 5. Controlling und Optimierung.**

Die Prozesse in der E-Mail-Marketing-Software sind völlig transparent. Sie bekommen einen Zugang, den Sie für den Upload der Excel-Datei mit den Daten der E-Mail-Empfänger benötigen.

E-Mail-Marketing *mit Hirn*

Wir setzen auch bei den beratenden E-Mails auf bewährte Methoden und Werkzeuge aus 25 Jahren Hirnforschung. Unser Logo steht für erfolgreiche Kommunikation mit B2B- und B2C-Kunden – ob **Performer**, **Bewahrer**, **Pioniere** oder **Unterstützer**.

Kundenfreundliche Abrechnung

In den letzten Jahren hat sich ein einfaches und faires Abrechnungsverfahren entwickelt: Wir rechnen nach Zeitaufwand ab, Sie zahlen lediglich die Zeit, die wir für Sie arbeiten. Wir dokumentieren unsere Leistungen 5-minutenweise in Stichworten.

Durch die Automatisierung fällt diese Investition nur einmalig an, Sie profitieren viele Jahre davon. Fordern Sie weitere Informationen **hochwertigen beratenden E-Mails an**.

Was sagen Kunden und Anwender zur digitalen EVA?

"EVA spart uns viel Zeit und bringt genau passende Kontakte mit Interessenten zum richtigen Zeitpunkt! Nach unserer Berechnung sparen wir mehr als 70 % Zeit für Akquise mit Automatisierung durch EVA ein."

Dipl.-Ing. (FH) Freibold Hasselfeld, Geschäftsführer cim-base.de

„Wir hatten das Vergnügen, mit Herrn Eckart Krüger im Bereich der automatisierten Email-Akquise zusammenzuarbeiten. Seine strategische Expertise und sein geschicktes Händchen bei der Entwicklung zielgerichteter E-Mail-Kampagnen haben wesentlich dazu beigetragen, dass wir Interessenten, die sich auf unserer Website registriert haben, auf effektive und strukturierte Weise erreichen konnten.

Wir möchten nicht versäumen, Herrn Krüger für seine herausragende Arbeit zu danken.

Für Unternehmen, die Unterstützung im Bereich E-Mail-Akquise suchen, können wir ihn uneingeschränkt empfehlen.

Vielen Dank, Herr Krüger, für die hervorragende Zusammenarbeit!"

Felix Hochapfel, Geschäftsführer Signum Warenwirtschaftssysteme GmbH

Kontakt

Wenn Sie weitere Informationen wünschen, nehmen Sie bitte mit uns Kontakt auf. Das erste Telefonat ist kostenfrei:

- Buchen Sie Ihren Wunschtermin auf www.terminland.de/eckart.krueger,
- rufen Sie an unter +49 6151 80036 060 oder
- senden Sie eine E-Mail an info@akquise-experten.de.