

Ersttelefonat

Vorbereitung

- Bücher bereithalten
- Websites öffne: nbd.at; salesgoesdigital.com
- Schummelzettel ausdrucken / zurechtlegen / Bildschirm kleben

Kurzvorstellung

- Unternehmensberater, Trainer, Speaker, systemischer Coach
- Studienabbruch
- Start als Marketingleiter Konica Minolta, Direktor Herold – Aufstieg bis zur Inkompetenz
- 2014 Zusammenbruch. Arbeits und Lebensmodell
- Jetzt klare Positionierung und Identität, menschen helfen gut und gern zu arbeiten
- Verbindung von Leistung und Erfüllung
- Seit 2 Jahren organisiere ich auch einen jährlichen Kongress zum Thema KI
- Autor von drei Büchern und einem Hörbuch

Vorstellung im Detail

- **Als Unternehmer**
 - Berater, Trainer, Coach, Speaker – Unterstütze Menschen vor allem im digitalen Wandel dass sie gut und gern arbeiten. Leistung und Erfüllung
 - Unternehmen mit 3 Mitarbeitern und viele Partnern
 - Organisator und Betreiber der Plattform salesgoesdigital.com – Kongress KI im Vertrieb mit jeweils mehr als 60 Personen
- **Als Berater und Trainer**
 - 20 Jahre B2B - Außendienst, vom Schlagzahlorientierten Verkauf bis zum Strategischen Verkauf
 - Autor von drei Büchern und einem Hörbuch
 - Technische Ausbildung – dann studienabbruch
 - Marketingleiter Konica Minolta und dann Direktor Business Development bei Herold – immer aus Autodidakt
 - 2024 Zusammenbruch (Aufstieg bis zur Inkompetenz)
 - Neues Lebens und Arbeitsmodell
 - Vertriebstrainer
 - Systemischer Coach
 - Methodenwissen -> Masterarbeit „Einfluss der Digitalisierung auf das persönliche Verkaufsgespräch
- **Als Speaker**
 - Mitreißend -> Siehe Website
- **Als Mensch**
 - Siehe Video Raiffeisen
 - Leistung und Erfüllung im Einklang

Aktuelle Kunden & Referenzen

- XXX: Innovatives Recruiting -> Referenz Max Mustermann (Handynummer)

- YYY: Moderne Verkaufsgespräche am Puls der Zeit
- ZZZ: Summercamp, intensives Training für 2 Personen in 2 Tagen

Was macht uns als Unternehmen und unsere Dienstleistungen einmalig

- Ganzheitlicher Zugang (siehe Kompetenzprofile > SKAPP, inkl Assessment)
- Die Nähe zu Technologieanbietern (Microsoft, Salesforce) und Wissenschaft (FH Hagenberg)
- Trainings
 - Wir ermutigen und befähigen
 - Gute Tipps und good vibes – maximale Stärkenorientierung im Training
 - Ohne Umsetzungsorientierung > MicroHacks

Dienstleistungen

- Siehe Mural

Eckpfeiler des Gesprächs

Begrüßung Grüß Gott {Pause} Peter Huber {NBD Management GmbH}. {Pause} Schön Sie zu erreichen Herr Perathoner.

Ansprechpartner ermitteln Sind Sie für Verkaufstrainings verantwortlich?

Gesprächseinstieg:

- Variante 1: Warum jetzt? Ich habe soeben Ihr LinkedIn-Profil bemerkt
- Variante 2: Die Gesprächsbereitschaft klären: Darf ich gleich auf den Punkt kommen?

Den Grund des Gespräches nennen :

- Mein Unternehmen ist als Trainingsanbieter spezialisiert auf die digitale Kompetenz im Vertrieb. Ist das Thema relevant in Ihrem Unternehmen?
- Mit diesem Ansatz konnte ich bereits führende Unternehmen wie Weber, Sparkasse als Kunden gewinnen

Verabschiedung :

- Herr Müller, ich freu mich schon jetzt auf den Termin.
- Für den Termin werde ich Ihnen ausgewählte Schulungsvideos vorbereiten.
- „Zum Abschluss noch eine offene Frage: Mit welchem Gefühl fahren Sie jetzt nach Hause?“
- „Was mich jetzt zum Abschluss noch interessieren würde: Was würden Sie Ihren Kollegen und Kollegen jetzt von diesem Meeting mit uns berichten?“

Schlagfertige Argumente

Einwände

Zu teuer:

- Im Vergleich wozu?

Keine Zeit:

- Ich wäre nicht von unseren Produkten überzeugt, wenn ich jetzt auflegen würde.
- Ich bin überzeugt, dass Ich Ihnen einen Mehrwert bringen. Ihre Investition sind maximal 15min.
- 15min MS TEAMS-Session. Termin gerne auch mit Mitarbeiter.

Nicht relevant:

- Versteh ich gut. Sonst hätten ja sie mich angerufen. Wann planen Sie Ihre Ausbildungsprojekte?

Kein Budget:

- Das höre ich oft. Darum hab ich spezielle Online-Kurse ab 100 Euro pro Monat entwickelt

Bestehende Trainingspartner:

- Ich liefere auch Lerninhalte wie z.B. Videos für Ihre Schulungsabteilung und für Ihre interne Nutzung

Was bringt das Training?

- Möchte ein Beispiel nennen: Firma XX Salzburg. Vor dem Training = 4 Neukunden pro Jahr (2021). Aktuell (2022) schon 4 Neukunden im ersten Quartal!
- Möchte ein Beispiel nennen: Firma YY Group. Hier haben wir durch das mehrwöchige Trainingsprogramm die Neukundenquote um 50% gesteigert.

Fragen für das Kennenlernen

Nenn uns Deinen Namen, die Funktion/Aufgabe im Unternehmen

Was treibt dich an, dass Du jeden Tag mir Freude ins Büro fährst

Ich seh, Sie sitzen im Büro. Suchen Sie einen Gegenstand im Raum. Gibt es in Ihrem Raum einen Gegenstand, der für Sie für Erfolg steht?

Hallo Herr XY! Ich habe zu Beginn eine UNGEWÖHNLICHE Frage an Sie: gibt es bei Ihnen einen Gegenstand im Büro der Ihren Erfolg am Markt repräsentiert?

Gibt es einen Gegenstand im Raum der sich beretis positiv auf Ihr Geschäft ausgewirkt hat und mit Werbung zu tun hat.

Fragen zur Bedarfsanalyse

1. Beschreibende, erklärende, bewertende Fragen: Wenn ein Außenstehender Ihr Werbekonzept ansieht, was würde er als größte Stärke und als mögliche Lücke erkennen
2. Ziel- und lösungsorientierte Fragen: Was müsste passieren, damit Ihre Kampagne mit Infomail einen besonders hohen Erfolg bringt?
3. Skalenfrage: Auf einer Skala von 0 bis 10: Wie zufrieden sind Sie aktuell mit Ihrer Kundenansprache? Was müsste geschehen, damit Sie auf der Skala einen Schritt weiterkommen? Was wäre dann anders? Was müssten Sie dann konkret tun?
4. Verrückte Fragen: Angenommen ihr Drucker/ihr Flyer könnte sprechen? Was würde es sagen?