

PRESSE-INFORMATION

Im Auftrag von

STEPHAN HEINRICH

**Endlich auf den Punkt kommen - mit der Nicht-Präsentation****Stephan Heinrich erläutert verblüffende Strategien zum „Verkauf an Top-Entscheider“**

Köln, Juli 2008 - Auch wenn PowerPoint aus dem Vertriebsalltag nicht wegzudenken ist – stundenlange Folienschlachten vergeuden vor allem Zeit und verschwenden damit Geld. Bei fraglichem Erfolg, denn „Top-Entscheider ticken anders“, weiß Fachbuchautor und Vertriebstrainer Stephan Heinrich. „Ihnen geht es um weitreichende strategische Entscheidungen, Machterhalt und Durchschlagskraft – und dafür wollen sie Lösungen einkaufen, die punktgenau den ‚Kittelbrennfaktor‘ im Unternehmen treffen. Sie haben weder Zeit noch Geld zu verschenken und sind nur an Ergebnissen interessiert, nicht an bunt bebilderten Lösungswegen oder kunstvollen Argumentationsketten.“ Genau das erreichen Vertriebsmitarbeiter mit der Methode der „Nicht-Präsentation“, die Stephan Heinrich in seinem Buch „Verkaufen an Top-Entscheider“ erläutert.



Stephan Heinrich

Ausschließlich Fragen erlaubt

Effektiv und abschlussorientiert ist es, mit dem Kunden auf das Ziel hin zu arbeiten, anstatt ihn mit kunstvoll ausgestalteten Folien im (multi-)medialen Daumenkino in den Schlaf zu wiegen. „Wir haben heute eine Nicht-Präsentation für Sie vorbereitet“ – das lässt jeden schnellen Entscheider aufhorchen. Die Nicht-Präsentation ist ein Werkzeug in Heinrichs Konzept des VisionSelling: „VisionSelling steht für Zuhören. Bei VisionSelling gibt es nur Antworten auf die vom Kunden gestellten Fragen, keine langatmigen Antworten auf Fragen, die nie gestellt (sondern nur unterstellt) wurden“, so Heinrich. So entlässt man den Top-Entscheider mit der Überzeugung aus dem Gespräch, dass ihm die Ergebnisse geliefert werden, die er braucht, um seine Vision durchzusetzen. Eine Nicht-Präsentation in der Kurzform:

- Im Vorfeld werden alle Beteiligten auf Kundenseite per E-Mail eingeladen, sich Fragen zu überlegen, die mit dem nun folgenden Gespräch beantwortet werden sollen
- alle Fragen des Entscheiders und seiner Wasserträger werden schriftlich visualisiert
- durch die Konzentration auf die Beantwortung der Fragen (statt Vorzeigen der gemachten Folien-Hausaufgaben) bleibt die Besprechung spannend,
- falls einzelne Fragen den Rahmen sprengen, wird ein Termin für deren Beantwortung genannt
- eine Vereinbarung über die weiteren Schritte wird am Ende getroffen.

Man muss die *richtigen* Vorbereitungen treffen und die Visionen und Ziele, das „Kittelbrennproblem“ und die entsprechende Lösung identifizieren und darstellen können. Moderationskarten oder Folien werden

nebst der sonst üblichen Präsentation vorbereitet, aber diese wird nur genutzt, um die Fragen des Kunden zu beantworten.

Fragen beantwortet – Vertrag geschlossen

Alle beantworteten Fragen und erreichten Ziele werden sichtbar markiert, z. B. durch Abhaken.

Am Ende der Nicht-Präsentation werden alle Fragen oder ein Fotoprotokoll davon mit „nach Hause“ genommen. Der Kunden erhält im Anschluss ein Protokoll mit den Fragen und den darauf passenden Antworten. Ein untrüglicher Beweis Ihrer spezifischen Lösungskompetenz.

Investitionen sind fast immer individuell zugeschnittene Lösungen. Diese Vorgehensweise trägt dem Rechnung und schafft wesentlich mehr Vertrauen als ein Seite für Seite vorgestellter Folienvortrag. Selbst wenn der Inhalt im Wesentlichen gleich sein sollte.

Autor/Experte: Stephan Heinrich

Stephan Heinrich ist Experte für den Verkauf hochpreisiger Produkte und komplexer Dienstleistungen an Top-Entscheider. Der Erfolgsbuchautor leitet die Heinrich Management Consulting: www.heinrichmc.de



Heinrich, Stephan: Verkaufen an Top-Entscheider; GABLER-Verlag; ISBN 3834906425.

Den Klappentext des Buches finden Sie nebenstehend.

An Top-Entscheider zu verkaufen, heißt, hohe Umsätze, kurze Sales-Cycles und sichere Abschlüsse zu realisieren. Daher sind Top-Entscheider die allerbegehrteste Zielgruppe im Vertrieb. Und eine schwierige! Denn sie ticken anders – und sie wollen anders angesprochen werden. Wie aber kommt man im Rahmen einer Kaltakquise an die Chefetage heran? Wie schafft man es, auf Augenhöhe mit der Führungsebene des Kunden zu reden? Neue und teils verblüffende Strategien präsentiert der Vertriebsberater und -trainer Stephan Heinrich mit seinem Konzept „Vision Selling“ im Buch „Verkaufen an Top-Entscheider“. Sie erfahren, wie Sie mit Hilfe von Vision Selling

- die Ansprache des Top-Entscheidungers optimal vorbereiten,
- an seinen „Watchdogs“ vorbeikommen,
- eine Nicht-Präsentation durchführen,
- ein unwiderstehliches Angebot entwickeln und so
- Gewinnbringende Geschäfte mit der Unternehmensspitze abschließen.

„Das Buch ist Wissen und Unterhaltung auf höchstem Niveau.“
– Stephan Reuter, Microsoft GmbH

„In diesem Buch hast Stephan Heinrich die Essenz von Vision Selling nachvollziehbar und praxisorientiert zusammengefasst!“
– Utz Brenner, IBM Deutschland GmbH

Druckfähiges Bildmaterial zu Stephan Heinrich steht für Sie honorarfrei zum Download bereit unter <http://www.text-ur.de/presse-center/download.htm>

Wünschen Sie ein Rezensionsexemplar? Dann freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme:

Ansprechpartner für die Presse:

text-ur text- und relations agentur

Schanzenstraße 23 . 51063 Köln . Tel: 0221 - 95 64 90 570

E-Mail: redaktion@text-ur.de . www.text-ur.de

Rd. 3.300 Zeichen (mit Leerzeichen).

Frei zum Abdruck. Fotos und Grafiken frei von Rechten Dritter.

Gerne liefern wir Hintergrundinfos über Stephan Heinrich

...und stellen den Kontakt zu Stephan Heinrich für Interviews und exklusive Fachbeiträge her.

Rufen Sie uns einfach an!