

Checkliste zur systematischen Vorbereitung von Verkaufsverhandlungen

	Anmerkungen
<p>1. Mein(e) Gesprächspartner</p> <p>Wer ist Ihr Gesprächspartner? Welche Position / Funktion hat er inne?</p> <p>Welche Entscheidungsbefugnisse hat er? (Entscheider/Wächter/Vorbereiter / Mentor)</p>	
<p>Über welche Vorab-Informationen verfügt er?</p> <p>Welche Nutzenerwartung bringt er (voraussichtlich) mit? Woran ist er interessiert?</p>	
<p>2. Das Unternehmen des Kunden</p> <p>In welchen Märkten agiert der Kunde? Welche Wettbewerber hat er?</p> <p>Welche besonderen Produkte oder Dienstleistungen bietet das Unternehmen an?</p> <p>In welchem Preissegment / Leistungssegment sind die Produkte des Kunden positioniert?</p> <p>Welches Image hat das Unternehmen?</p> <p>Wer sind die wichtigsten Kunden Ihres (potentiellen) Kunden?</p>	
<p>Wie stellt sich die Umsatz- und Ertragslage des Kunden dar? (Kundenhistorie)</p>	

	Anmerkungen
<p>3. Bedarf und Potential des Kunden</p> <p>Welchen Bedarf hat der Kunde?</p> <p>Welche Produkte bezieht er von Ihnen? Wie hat sich die Umsatz- und Ertragssituation in den letzten 3 Jahren entwickelt?</p> <p>Über welches Potential verfügt er? Welchen Lieferanteil halten Sie?</p> <p>Wie zufrieden ist der Kunde mit Ihnen?</p> <p>Auf welche Wettbewerber / bisherige Lieferanten müssen Sie sich einstellen?</p> <p>Haben Sie ähnliche Unternehmen bereits als Kunden, von denen Sie entsprechende Erkenntnisse übertragen können? Welche?</p>	
<p>4. Aktuelles Gespräch</p> <p>Was ist das Ziel für das Gespräch? (Maximal-/ Minimalziel)</p> <p>Wie lautet die Agenda?</p>	
<p>Wie wollen Sie vorgehen?</p> <p>Wie viel Zeit haben Sie eingeplant bzw. zur Verfügung?</p>	
<p>Welche Unterlagen brauchen Sie? Welche Visualisierungsmethoden bieten sich an?</p>	

	Anmerkungen
Wie werden Sie in das Gespräch einsteigen? Welche möglichen Small-Talk-Themen bieten sich an?	
Wie stellen Sie Ihr Unternehmen und Ihre persönliche Kompetenz vor? Auf welche Referenzen können Sie verweisen?	
Mit welchen Fragen können Sie den Bedarf und die Bedürfnisse des Kunden systematisch analysieren?	
Was ist das Besondere, das Alleinstellungsmerkmal Ihres Angebots? Wie wollen Sie Ihr Angebot und die damit verbundenen Kundenvorteile überzeugend vermitteln? (Nutzenargumentation) Welche Alternativen können Sie anbieten?	
Mit welchen Einwänden und Kaufwiderständen müssen Sie rechnen? Wie könnten Sie diese behandeln? Wie „verkaufen“ bzw. verteidigen Sie Ihren Preis schlüssig?	
Was sollten Sie darüber hinaus noch beachten?	