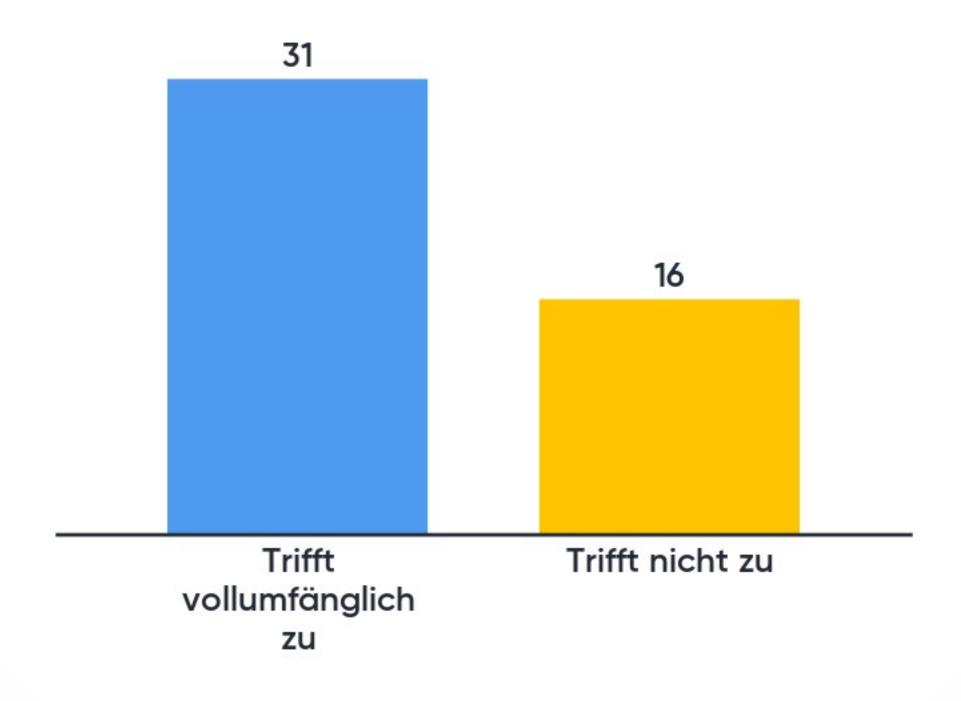
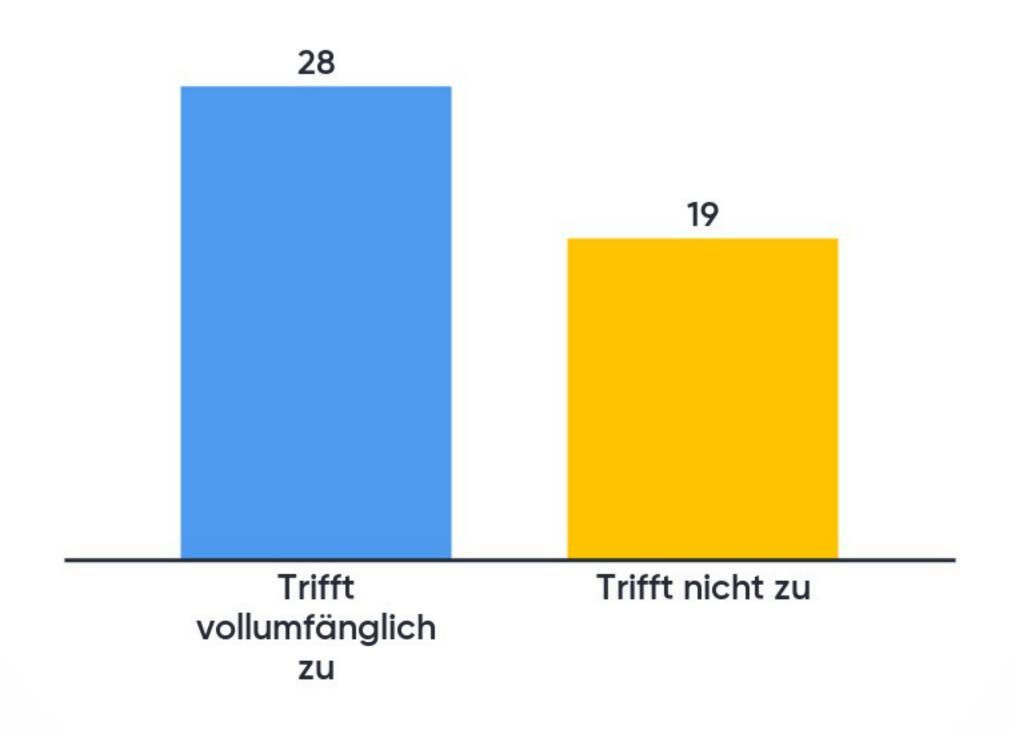
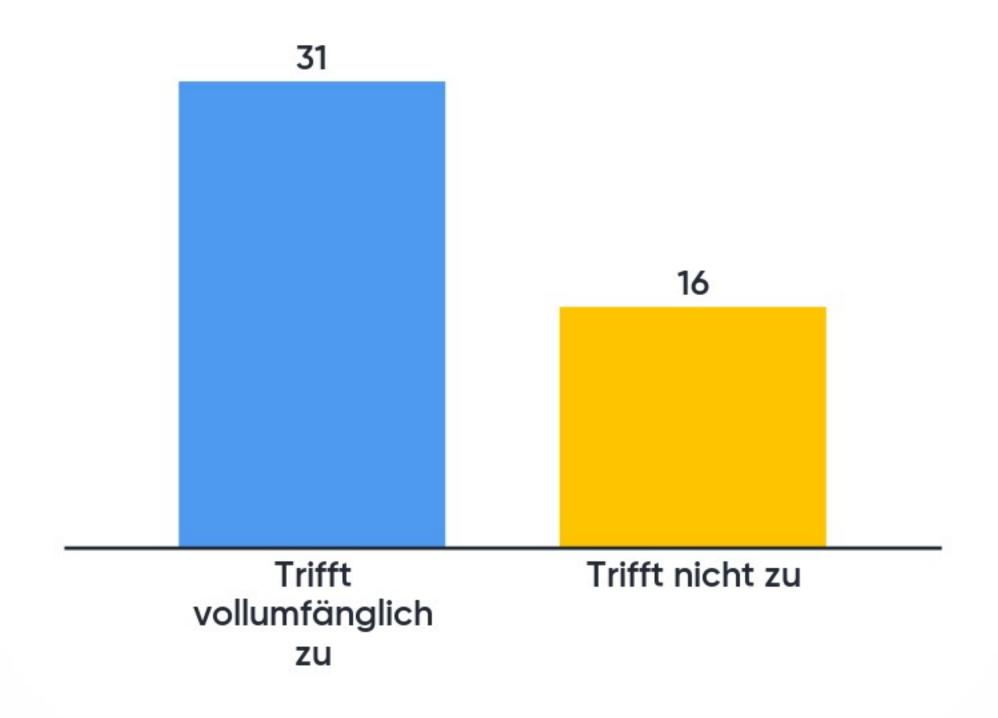
Die Berater/Beraterinnen positionieren die Firma und sich selber nur oberflächlich und da besteht mehr Potential.



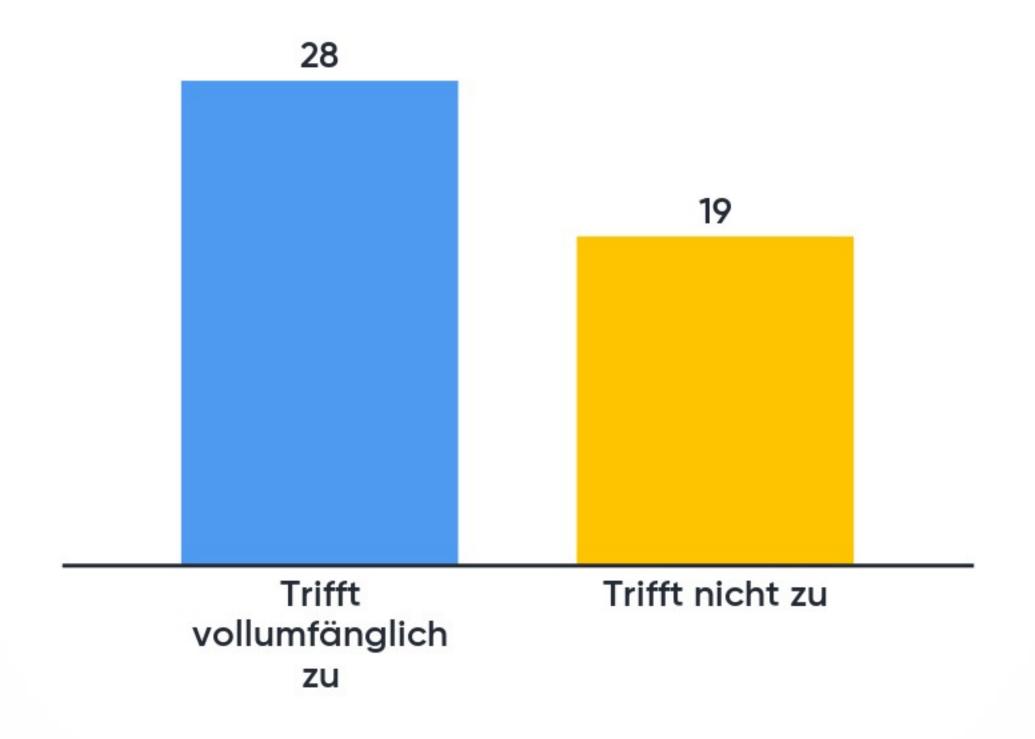
Die Leidenschaft der Beratenden im Beratungsgespräch zum Produkt und zur eigenen Firma dürfte durchaus intensiver spür- und sichtbar sein.



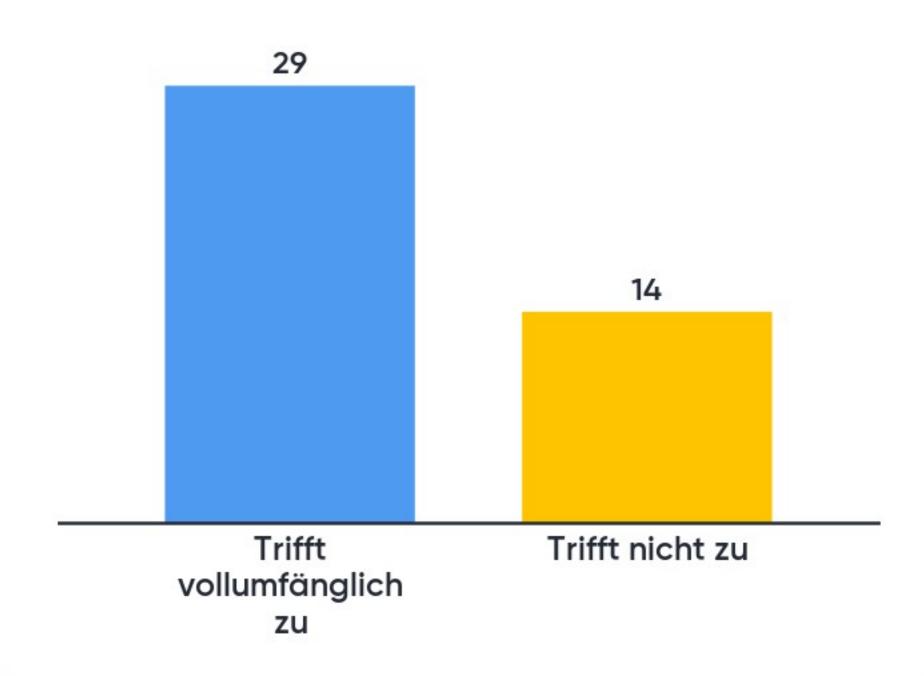
Die Beratung ist stark vom Fachwissen geprägt und die Beratenden wirken auf den Kunden somit eher sachlich/technisch.



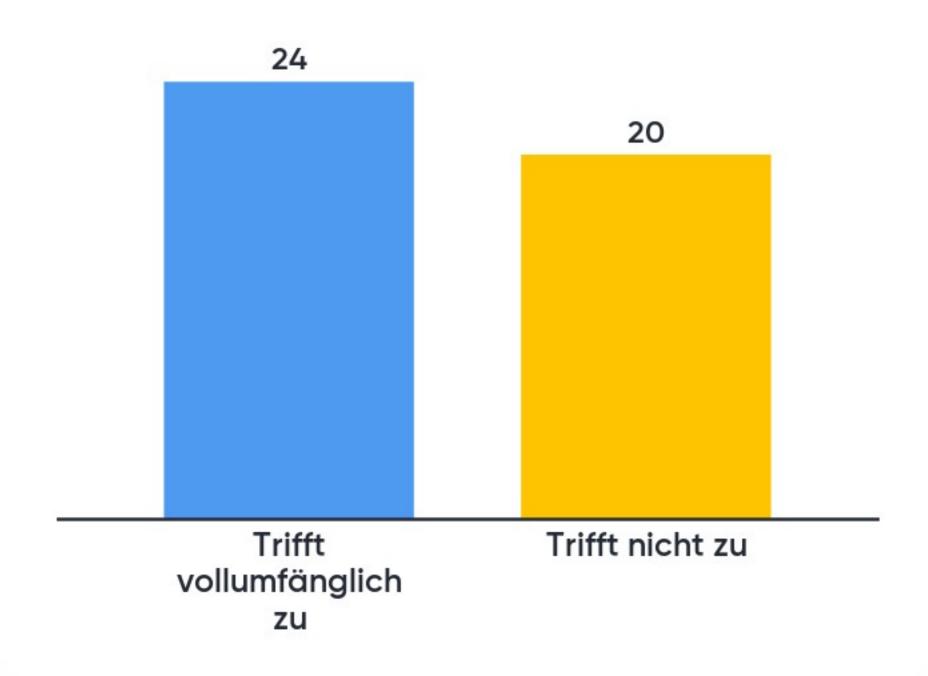
Preisnachlässe werden zu schnell gewährt.



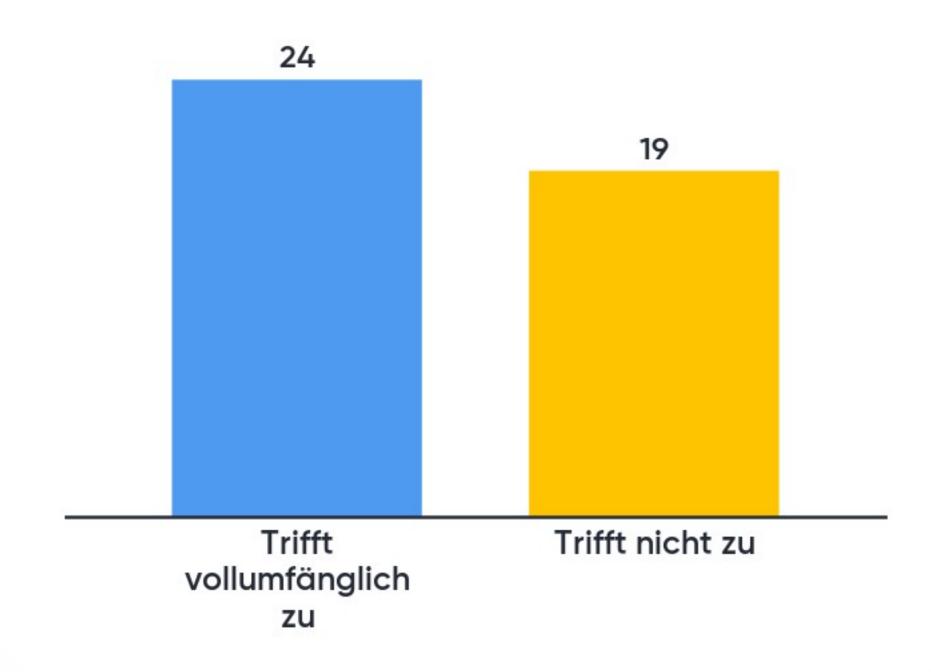
Das Verhältnis von Offerte zu Auftrag hat noch Optimierungspotential.



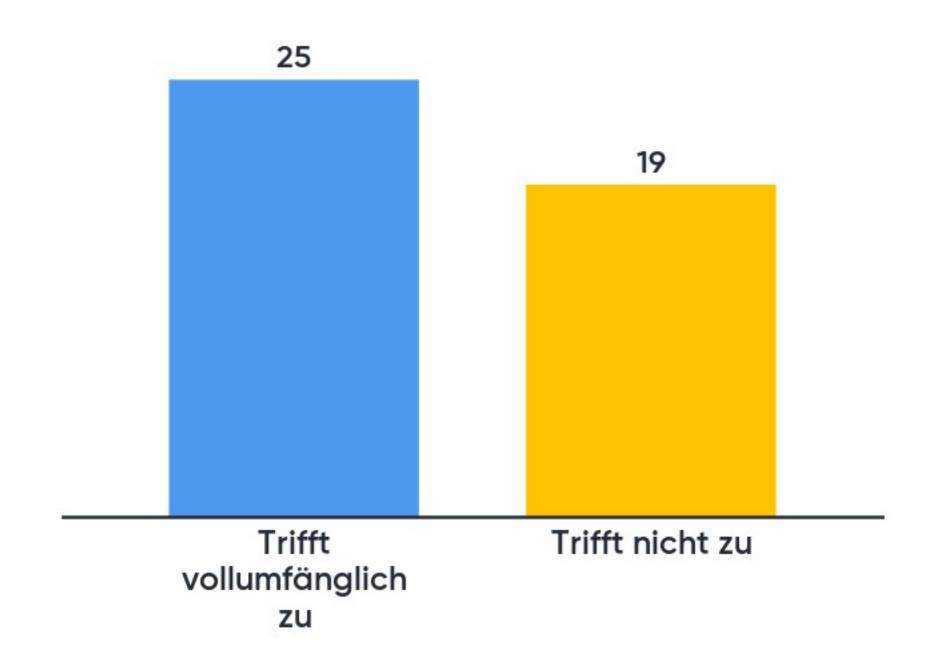
Die Berater/Braterinnen bauen im Gespräch zu wenig Verbindlichkeiten auf.



Die Beratenden tasten die Kaufbereitschaft nicht oder zu spät ab.

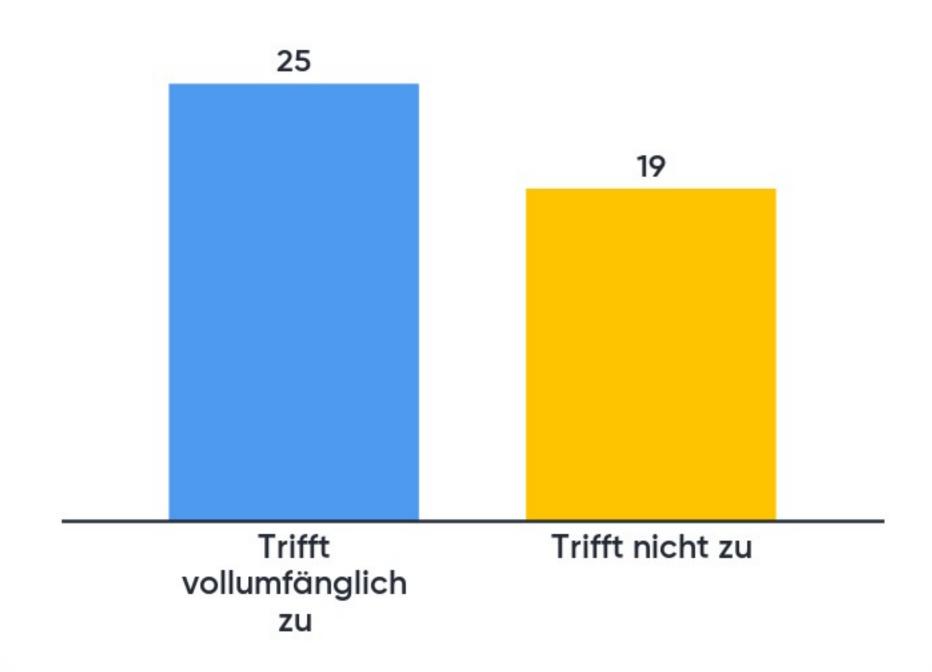


Berater/Beraterinnen könnten den Verkauf noch emotionaler gestalten.



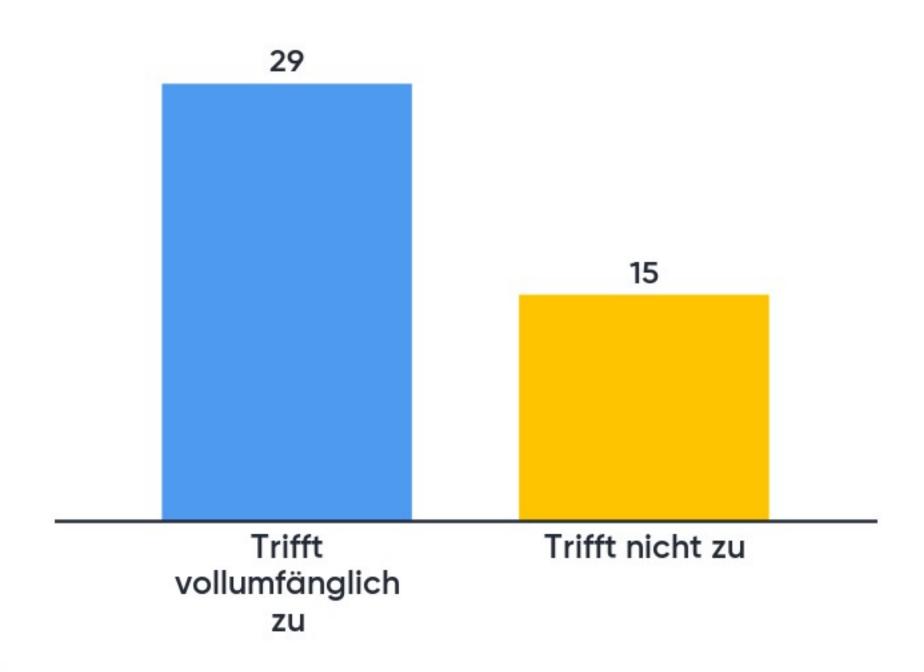


Das Potential von digitalen Präsentationshilfen wird noch zu wenig genutzt.



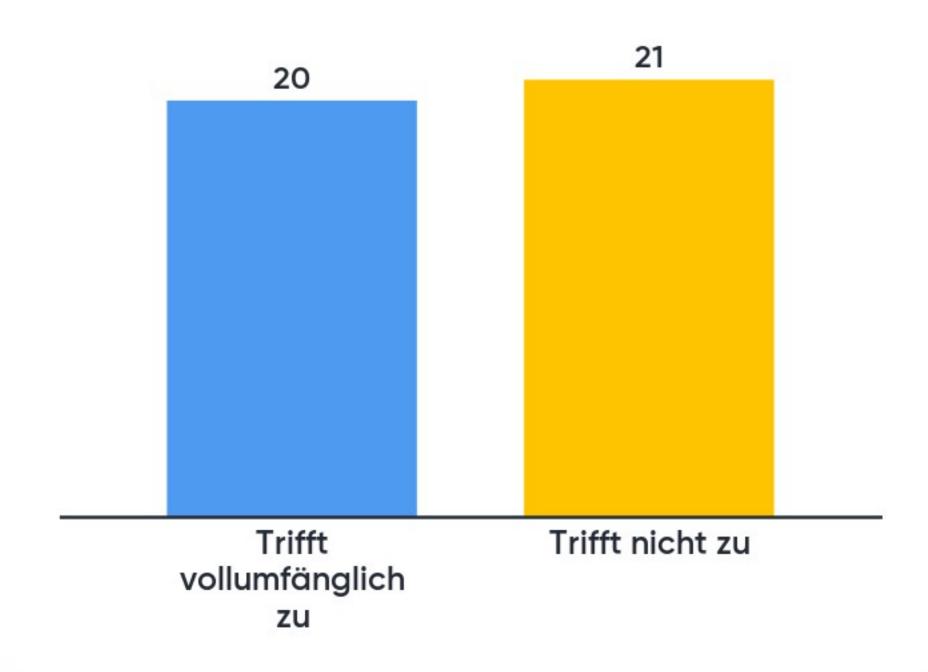


Die Beratung könnte effizienter und zielführender sein.

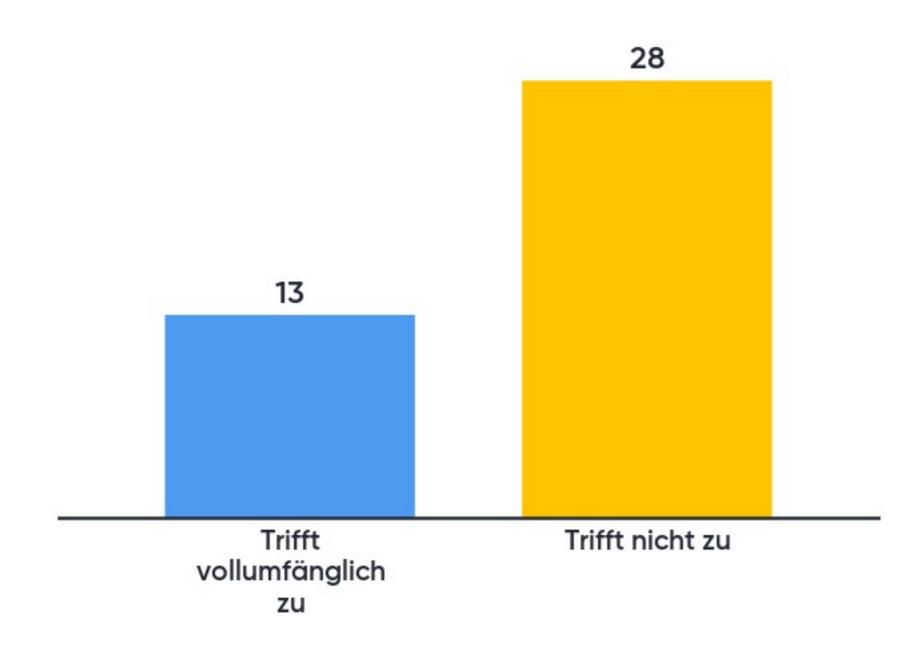




Der Ablauf des Beratungs-Gespräch ist dem Kunde nicht bekannt.



Das Potential von Empfehlungsadressen wird konsequent nachgefragt.





 Emotionen
 Empfang
 Zuhören

 Bedürfnisabklärung
 Digitalisierung
 Bedürfnisanalyse

 Zuhören
 Abschluss
 USP



Abschluss

Emutionen

Bedarfsanalyse und Argumentation

Abschlussquote

Fachwissen

Branchenkentnissse

Kommunikation

Emotionen

Zufriedenheit





 Zeit nehmen
 Argumentation
 Mehrwert aufzeigen

 Gedankenlesen
 Abschluss
 Selbstvertrauen

 Zuhören
 In der Anwendung von Präsentationshilfen inkl. Agenda und Meetingzielen und so auch in der Vorbereitung

V





 beratungsqulität
 Digitalisierung, Mehrwert
 Verbindlichkeiten abchecken

 Kommunikation
 Kundenbindung nachhaltig
 Einfühlen

 Den Kunden ausreden lassen
 Fachwissen

