

TABOR-MARKETING SYSTEM\_3(C) |  
**DREI SCHRITTE ZUM VERKAUFSERFOLG**

**TRAINING!**

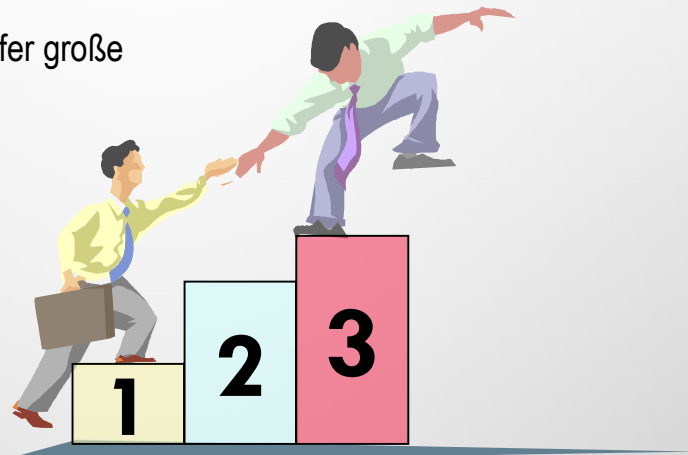


## Systemaufbau

# Unser System\_3(C) beflügelt vor Allem den Investitionsgüterverkauf

Drei Schritte zum Verkaufserfolg sind die einfache Synthese von Verkaufstheorie und umsetzbarer Praktik unter Ausschöpfung aller gängigen Hilfsmittel. Die Besonderheit an unserem System 1-2-3 ist die schematische Abfolge von jeweils 3 Thesen aus 3 Grundthesen (Schritte). Dadurch wird es möglich auch mäßige, bzw. mittelmäßige Verkaufstalente extrem zu forcieren & motivieren. Das System ist einfach erlernbar und stellt als unsichtbarer Guide einen nie reißenden roten Faden dar!

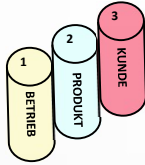
Es verleiht jeden Verkäufer große Sicherheit ...  
... und ermöglicht überdurchschnittliche Verkaufserfolge.



Besonderen Wert legen wir auf makellose Rhetorik zum einem - und perfekte Sach- und Produktkenntnisse zum anderen - wie auf den Verzicht von manipulierender Verkaufspsychologie.

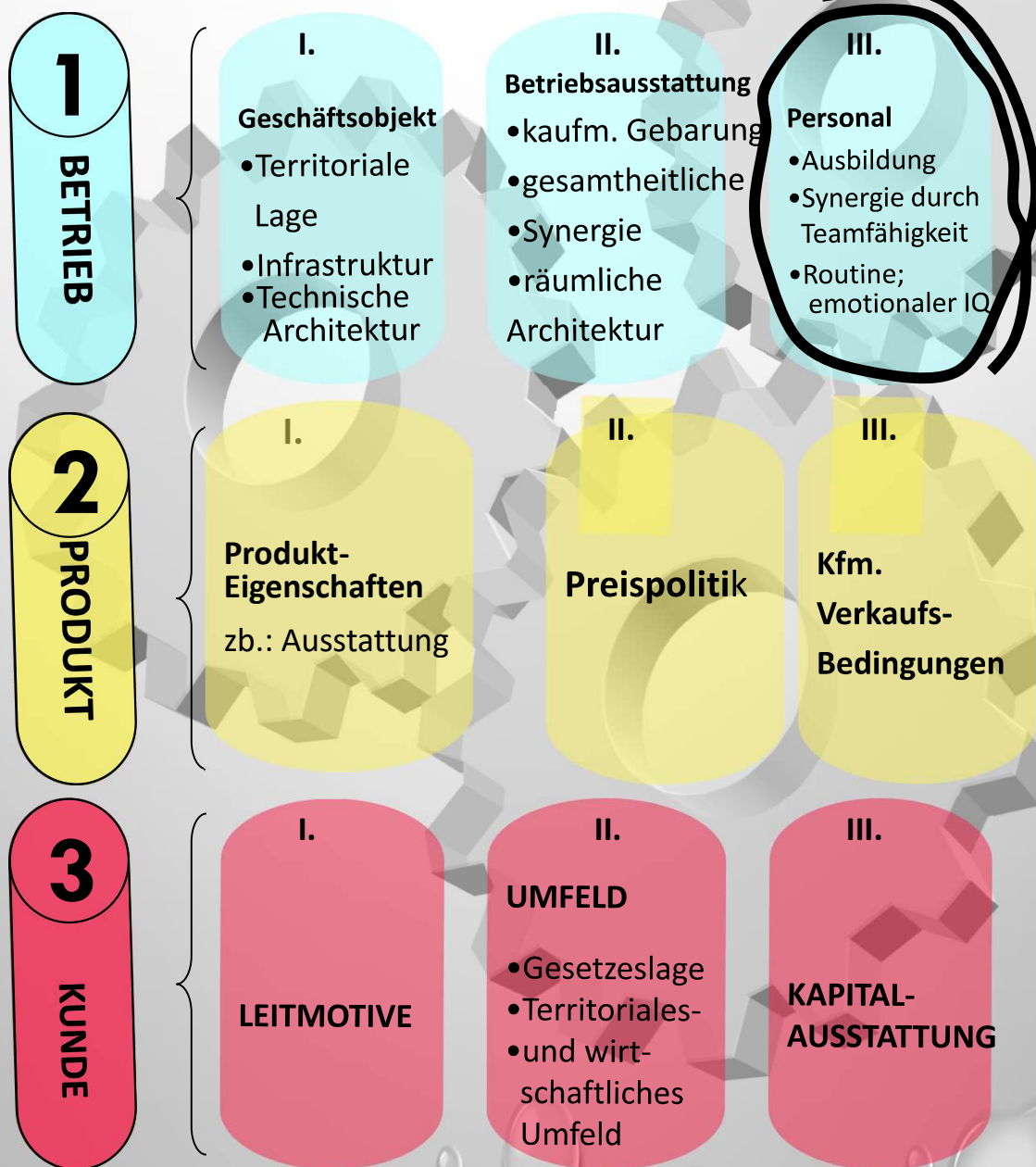
Nur die Glaubwürdigkeit des Verkäufers kann (bei gleicher Ausgangsposition) einen Vorteil gegenüber die Konkurrenten bringen!

Der Vorzug dieses, unsres Systems wird etwa von John Naisbitt aber auch vielen Vetriebs- und Verkaufsprofis bestätigt!



## Systemaufbau

# Grundlegende Säulen des Investitionsgüterverkaufes



### Das Geschäft

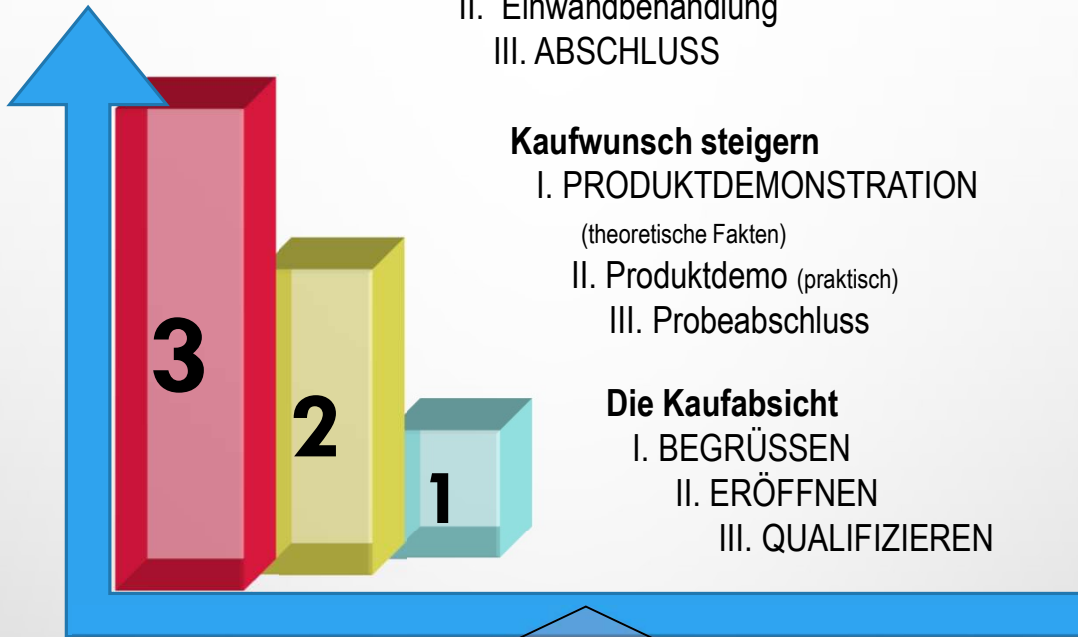
- I. ANKAUF von Gebrauchtgütern
- II. Einwandbehandlung
- III. ABSCHLUSS

### Kaufwunsch steigern

- I. PRODUKTDEMONSTRATION  
(theoretische Fakten)
- II. Produktdemo (praktisch)
- III. Probeabschluss

### Die Kaufabsicht

- I. BEGRÜSSEN
- II. ERÖFFNEN
- III. QUALIFIZIEREN



### SYSTEM 3(C) = SCHULUNG & TRAINING

- I. Systematisches Vorgehen - Fehlerquellen ausschließen
- II. Optimierung der Sicherheit des VK-Gesprächs
- III. Effizienzsteigerung

*WIR SCHULEN UND TRAINIEREN | SCHULUNG IST WISSEN TRAINING IST KÖNNEN!*

Welche Kriterien sind im Verkauf entscheidend um erfolgreich zu sein -  
WELCHE ZIELE WERDEN MIT DEN VERKAUFSBERATER ERREICHT ?

- 1.) VERKÄUFERPERSÖNLICHKEIT: Souveränes Auftreten, Rhetorik, richtige Verkaufstaktik, Aufrichtigkeit, Glaubhaftigkeit
- 2.) DAS PRODUKT & UNTERNEHMEN: Absolutes Vertrauen zum Produkt Programm, Service; Auftreten nach Außen, Marketing, Preisschema
- 3.) Optimierung der Beziehung zum Kunden diesen!

## WAS KÖNNEN WIR NUN FÜR SIE TUN ?

Unsere Tätigkeit bezieht sich primär auf die Optimierung des Verkaufsprozesses von Investitionsgütern.

Der Produktverkauf als Motor für alle Bereiche im Geschäft soll den komplementären Bereichen wie - Ersatzteilhandel, Reparatur, aber auch Zubehör und weitere begleitende Geschäftsbereiche im realisierbaren Maße befeuern.

So generieren wir durch Ertragsoptimierung „Synergie“



ALSO, Analyse des IST-Zustandes, etwa so ...

? WIE IST DIE REPUTATION DER VERKAUFSBERATER IM BETRIEB

? WIE BREIT IST DAS VOLUMEN DER TÄTIGKEITEN / SEKUNDÄRTÄTIGKEITEN der VERKAUFSABTEILUNG (Verkäufer/innen)

? WELCHER VERKAUFSSTIL IST ÜBLICH / WIE SIND DIE VORGABEN

? WIE SINNVOLL KÖNNTEN METHODISCHE VERÄNDERUNGEN (etwa Gruppenarbeit oder Neusystemierung) SEIN

? GIBT ES SYNERGIEN ZWISCHEN DEN ABTEILUNGEN ODER HÄNDLERBETRIEBEN (Filialen)?

... und erarbeiten eines Masterplans!

DAS PAKET:

- **(1) Primärbereich:** – Die 3 Stufen des Verkaufes – Maßgeschneidert für Ihr Produkt!
- Gruppenmethodik - Resystemierung
- **(2) Hilfsmittel:** – Kundendatei – Kundenakquisition; optimiertes Zusammenspiel aller Bereiche des (der) Unternehmen
- Optimaler Einsatz der Kommunikationsmedien zwecks Kundenpflege und Akquisition
- Peripherie: Effiziente Produktpräsentationen; die Verkaufs- & Servicekorrespondenz; Wording.