

Worldsoft-App (PWA) erfolgreich verkaufen



App Verkauf

Generelle Tipps

- Denken Sie daran: **Begeisterung ist ein Funke, der überspringt!**
- Wenn Sie brennen, brennt auch Ihre Umgebung!
- Zeigen Sie Interesse für Ihre Mitmenschen und deren Bedürfnisse als Unternehmer.
- Machen Sie sich klar, welche Vorteile unsere Produkte bieten und zeigen Sie ihm diese auf.
- **Lassen Sie sich von einer Absage nicht entmutigen!** Vielleicht kommt es erst später für ihn in Frage. Der Nächste ist der Richtige!



Kontakte zu Unternehmen:

Unternehmen im Internet recherchieren. Kontakt mit Telefonnummer und/oder E-Mail. Website vorhanden? Responsive oder nicht?

Kontakte in einer Excel-Tabelle sammeln und dort Notizen zu den Telefongesprächen machen. Wenn Sie mit der WBS arbeiten, können Sie die Adressen im Leadmanager hochladen und weiterverarbeiten.

Adress-Suche:

- Nach Postleitzahl und Branche in Google (Google Maps)
- Locale Firmen-Verzeichnis Branchenverzeichnisse
- Bekannte Unternehmen in der Region
- Eigene Website-Kunden

Vorteile einer eigenen App

- Mobile First: 2/3 der Website-Besuche über mobile Geräte
- Präsenz auf dem Smartphone durch App-Icon
- Anruf durch Klick auf Telefonsymbol in der App
- App funktioniert auch Offline (Android)
- Empfehlungen über App – ersetzt Weitergabe einer Visitenkarte – Vorteil: Smartphone immer dabei
- Anfragen, reservieren, buchen, kaufen, Dateien und Fotos hochladen...
- Push-Nachrichten

Telefonisches Kontaktgespräch für App-Verkauf

Guten Tag mein Name ist von der Firma

Spreche ich mit dem Inhaber?

(Wenn nicht weiterleiten lassen und erneut vorstellen)

Wir unterstützen Firmen beim Mobile Marketing.

Mittlerweile erfolgen 2/3 der Website-Besuche über mobile Geräte. Heute hat fast jeder ein Smartphone in der Tasche. Deshalb spricht man heute vom Ansatz: «Mobile First».

Neben einer Webseite, die auch auf mobilen Geräten gut funktioniert, haben meist nur große Firmen eine eigene App für Smartphones, da das aufwendig und teuer ist.

Wir haben eine Lösung, mit der jedes Unternehmen die Vorteile einer App nutzen kann. Wie das genau funktioniert würde ich Ihnen gerne zeigen.

Kunden-Antwort

Vorschlag, wir setzen uns zusammen und ich zeige Ihnen das persönlich.

Geht es bei Ihnen am.... um...

Oder wann kann ich Sie am besten besuchen?

Kunden-Antwort

In Ordnung, dann bis am... um...

Vielen Dank für das angenehme Gespräch und bis bald!

Einwand-Beantwortung für Kontaktgespräch

Reaktion: **Von welcher Firma sind Sie?**

Antwort: **Von der Wir sind Spezialisten fürs Internet und unterstützen Firmen beim Mobile Marketing.**

Reaktion: **Um was geht es genau?**

Antwort: **Es geht darum die Vorteile einer eigenen Smartphone-App für das Marketing und die Kundengewinnung zu nutzen.** (Antwort abwarten – dann Termin vereinbaren)

Reaktion: **Ich habe bereits eine Webseite/Homepage – ich bin versorgt**

Antwort: **Davon bin ich ausgegangen. Das ist gut so. Ich möchte Ihnen deshalb aufzeigen welche zusätzlichen Vorteile Ihnen eine eigene App bieten kann.**

Reaktion: **Was kostet das?**

Antwort: **Aufgrund unserer speziellen Technik, können wir Ihnen Ihre eigene App sehr günstig erstellen. Und diese App funktioniert mit Apple und mit Android. Die Kosten hängen jedoch von Ihrem Bedarf ab. Deshalb schlage ich vor, ich komme bei Ihnen vorbei und zeige Ihnen Ihre Möglichkeiten auf und wir ermitteln Ihren Bedarf. Dann können Sie entscheiden, ob Ihre Vorteile in Relation zu den Kosten stehen.** (Antwort abwarten – dann Termin vereinbaren)

Reaktion: **Ich habe keine Zeit**

Antwort: **Dann machen Sie mir einen Vorschlag.** (Antwort abwarten – Termin mit WM abklären und nochmals anrufen)

Reaktion: **Können Sie mir Unterlagen senden?**

Antwort: **Gerne sende ich Ihnen per E-Mail ein paar Informationen und den Link zu unserer Website zu. Aber ich komme gerne auch schnell bei Ihnen vorbei und zeige Ihnen das persönlich. Dadurch sparen Sie Zeit und können das Ganze live sehen.** (Antwort abwarten – dann Termin vereinbaren)

Reaktion: **Mein Bekannter, Webmaster, Sohn macht das schon...**

Antwort: **Davon bin ich ausgegangen. Deshalb haben wir Sie angerufen, um zu fragen, ob es nicht interessant wäre eine zusätzliche Meinung hinzuziehen und zusätzliche Möglichkeiten kennenzulernen.**

Reaktion: **Meine Firma ist zu klein für so was - funktioniert bei mir nicht**

Antwort: **Auf diesen Kundenkreis haben wir uns spezialisiert.**

Reaktion: **Habe im Moment kein Budget.**

Antwort: **Das kann ich gut verstehen. Alles muss erst einmal bezahlt sein. Sie werden jedoch erstaunt sein, wie Sie mit kleinen Mitteln große Wirkung erzielen können. Darauf sind wir spezialisiert.**

Reaktion: **Nein oder kein Interesse**

Antwort (Achtung: Freundlich!): **Dann wünsche ich Ihnen alles Gute und bedanke mich für Ihre Zeit.**

E-Mail-Vorlage:

Betr.: Ihre eigene Smartphone-App

Sehr geehrter....,

gerne sende ich Ihnen Informationen für die App und den Link zur Website: **Website-Link**

Immer mehr Menschen nutzen das Smartphone um ins Internet zu gehen. Will man neben einer Homepage auch noch eine schicke App haben, wird es in der Regel ziemlich teuer.

Unsere App verbindet die Vorteile einer schicken App mit den Vorteilen einer Website und ist erschwinglich.

Mit der App kann man Sie weiterempfehlen, sind Sie immer auf dem Smartphone Ihrer Kunden präsent, Ihre Kunden können einfach mit Ihnen Kontakt aufnehmen, reservieren, kaufen, Dateien hochladen oder sich mit Pushnachrichten informieren lassen.

Mit Ihrer eigenen App holen Sie Ihre Kunden dort ab wo sie sind: Am Smartphone!

Gerne zeige ich Ihnen Ihre Vorteile bei einem persönlichen Gespräch auf. Wann darf ich bei Ihnen vorbeikommen?

Bis bald!

Signatur

Erfolgreich verkaufen

1. Ihre Einstellung ist entscheidend

Um erfolgreich zu sein, ist etwas Grundlegendes entscheidend: Ihre Einstellung zu Menschen, zu Erfolg und zu Verkauf. Sie haben es nicht nur mit Technik zu tun, sondern mit Menschen.

Die meisten Menschen sind an ihrem eigenen Vorteil interessiert, ein guter Verkäufer macht sich Gedanken über den Vorteil des Kunden. Verkaufen bedeutet nicht zu überreden. Dazu sind die Menschen heutzutage viel zu aufgeklärt. Verkaufen heißt, einem Kunden die Vorteile eines Produktes so professionell aufzuzeigen, dass er den Nutzen erkennt, den er dadurch hat. Also: Nicht überreden, sondern überzeugen.

Niemand wird Ihnen einen Auftrag geben, weil Sie Geld verdienen wollen. Ihr Kunde kauft Ihnen den Vorteil, den Nutzen, den Gewinn ab, den er dadurch hat. Fangen Sie an so zu denken und stellen Sie sich auf die Denkart Ihrer Kunden ein. Dienen Sie dem Kunden und verdienen Sie dabei!

Freuen Sie sich auf Ihren Gesprächspartner. Ihr Gesprächspartner ist ein wertvoller, ehrlicher und sympathischer Mensch. Gehen Sie nicht mit Vorurteilen in das Gespräch. Bleiben Sie positiv und begegnen Sie Ihrem Gegenüber offen und mit Respekt. Stimmen Sie sich positiv auf das Beratungsgespräch ein. Stellen Sie sich vor, wie Ihr neuer Kunde von Ihrer Dienstleistung begeistert ist und sich schon auf seine App freut. Er ist Ihnen dankbar, dass Sie ihn unterstützen.

Haben Sie keine Angst davor, dass der Kunde Sie oder Ihr Angebot ablehnen könnte. Das ist äusserst unwahrscheinlich. Der Kunde ist bereit sich mit Ihnen zu einem Beratungsgespräch zusammzusetzen. Das macht er aus Interesse. Und Sie haben hervorragende Argumente, um das Kunden-Interesse zu verstärken und in einen Kaufimpuls umzuwandeln. Ihr Kunde wird sich nach dem Gespräch sicher sein, dass er Ihnen unbedingt einen Auftrag erteilen möchte.

2. Verhalten beim Kunden

Goethe sagte einmal: *"Behandle Menschen, als seien Sie schon so, wie wir es von Ihnen erwarten."*

Die wichtigsten Verhaltensregeln für erfolgreiches Verkaufen:

- 1. Merken Sie sich immer den Namen des Kunden** und sprechen Sie diesen öfter aus.
- 2. Nutzen Sie den visuellen Sinn Ihres Kunden.** Machen Sie **Pencil-Selling**. D.h. schreiben Sie wichtige Stichpunkte auf.
- 3. Begeistern Sie!** Begeisterung ist ein Funke der überspringt. Nach neuesten Untersuchungen sind nur 3 Prozent eines Kaufentscheids logisch begründet, 97 Prozent sind Gefühl. Wenn der Kunde spürt, dass Sie selbst von Ihrer Dienstleistung begeistert sind, überträgt sich das auf ihn.
- 4. Reden ist Silber, Schweigen ist Gold.** Wie viele Menschen können heute noch richtig gut zuhören. Werden Sie ein guter Zuhörer und das Verkaufen geht wie von allein.

5. **Fragen stellen:** Wecken Sie das Interesse, indem Sie **gezielte Fragen nach seinem Geschäft und seinen Produkten stellen**. Dadurch erkennen Sie seine Bedürfnisse, die Sie durch Ihr Angebot befriedigen können. Durch Fragen führen Sie das Gespräch in die gewünschte Richtung. Halten Sie bei allen Fragen immer den Blickkontakt aufrecht.
6. **Stellen Sie die richtigen Fragen.** Verwenden Sie **immer offene Fragen**, keine geschlossenen Fragen. Ein Beispiel für eine geschlossene Frage: „**Sind Sie mit Ihrer Website zufrieden?**“ Der Kunde kann hier nur mit JA oder NEIN antworten – auf jeden Fall ist die Antwort sehr kurz und Sie erfahren nichts über seine Bedürfnisse. Die gleiche Frage als offene Frage formuliert, bringt das Gespräch in Gang und wird Ihnen viele Aufschlüsse geben: „**Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Website?**“ **Offene Fragen** beginnen also mit „**Wie**“, „**Was**“, „**Warum**“ usw.
7. Benutzen Sie nur selten und in Notfällen die **Standardgegenfrage**. Die Standardgegenfrage hilft Ihnen, wenn Sie einmal auf eine Frage nicht gleich eine Antwort wissen oder mehr Informationen zur Beantwortung der Frage benötigen. Die Standardgegenfrage lautet: "**Wie meinen Sie das?**".
8. Die **Bumerang-Methode:** Der Kunde bringt eine Standardausrede wie: "Ich habe keine Zeit" oder "Ich habe kein Geld". Dann antworten Sie mit der Bumerang-Methode: "**Gerade deshalb, weil sie keine Zeit haben, sollten Sie sich von mir helfen lassen....**" Die Bumerang-Methode wird also immer eingeleitet durch: "**Gerade deshalb**" oder "**Aus diesem Grunde**".
9. **Vermeiden Sie Diskussionen.** Eine gewonnene Diskussion ist ein verlorener Kunde. Nehmen Sie die Antworten des Kunden an. Er möchte ja beraten werden und Sie können ihn beraten. Geben Sie ihm Ihre Zustimmung. Zustimmung kann man auch geben, wenn man mit der Aussage selbst nicht einverstanden ist, oder wenn die Aussage nicht richtig ist. Z.B. indem Sie sagen „**O.k. - An dieser Stelle möchte ich Ihnen gerne noch zeigen...**“
10. **Beantworten Sie immer nur die wirkliche Frage.** Freuen Sie sich über Einwände. Einwände bedeuten Interesse des Kunden und ein Einwand ist oft nur ein Hilferuf an Sie, nach mehr Information. Unterscheiden Sie zwischen echten Einwänden und Scheineinwänden. Durch weitere Fragen ergründen Sie bei Scheineinwänden den wirklichen Grund bzw. Einwand.
11. Haben Sie **keine Angst vor dem Abschluss**. Das ganze Verkaufsgespräch hat nur dieses eine Ziel, also ist es eine logische Konsequenz zum Abschluss zu kommen.

Ablauf des Kunden-Termins

Warm-Up Phase

In der Warm-Up Phase stellen Sie die Weichen für einen erfolgreichen Verkauf. Begrüßen Sie den Kunden höflich und selbstsicher (aber nicht überheblich und arrogant!). Unterhalten Sie sich mit dem Kunden kurz über einige allgemeine Dinge. Stellen Sie ihm einige Fragen über sein Geschäft – jeder Mensch redet gerne über sich und sein Unternehmen.

Werden Sie nicht nervös, wenn diese Phase etwas länger dauert. Manche Kunden erzählen sehr ausführlich, wie sie die Firma gegründet/gekauft/übernommen haben und wie sich die Firma entwickelt hat. Ein Unternehmer ist auf sein Unternehmen stolz. Solche Erzählungen sind nicht nur sehr interessant, es baut sich auch ein Vertrauensverhältnis auf. Ein Vertrauensverhältnis ist die Basis für eine gute Zusammenarbeit zwischen Ihrem Kunden und Ihnen. Und Sie bekommen dadurch schon Ideen für seine App. **Hören Sie gut hin!**

Präsentation der App

«Wir haben uns auf Mobile Marketing spezialisiert. Für Werbung kann man viel Geld ausgeben und dennoch nicht viel erreichen. Die beste Werbung ist Mundpropaganda. Die kann man fördern durch wichtige Basisdokumente, damit Kunden Sie empfehlen können, z.B. Visitenkarten, Flyer, Internetauftritt und durch eine eigene Mobile App.

Ein Internetauftritt ist ohnehin unverzichtbar: Wer nicht im Internet präsent ist, existiert nicht!

Die meisten Menschen haben fast immer ihr Smartphone dabei und 2/3 der Websitebesuche kommen über mobile Geräte. Das gilt es zu nutzen mit einer eigenen App fürs Smartphone.“

App über QR-Code zeigen und die Vorteile erklären:

- *Einfach installiert: QR-Code einscannen mit seinem Handy – Wenn Sie noch keine eigene App haben, nehmen Sie die Thai-Lotus-App.*
- *Anrufen per Fingertipp*
- *Online anfragen, reservieren, kaufen... (Mehr durch höhere wiederkehrrate auf die App – eine Website muss man mit der Adresse im Browser aufrufen, das App ist mit dem Icon präsent)*
- *Dateien hochladen über das App*
- *Mit Push-Nachrichten über Events und spezielle Angebote informieren*
- *App ersetzt die Weitergabe Ihrer Visitenkarte bei Empfehlungen*

«Die App ist kostengünstig zu realisieren und muss nicht für Apple oder Android programmiert werden. Eine native App (wie Sie vom App Store kennen) kostet schnell mal Tausende Euro für die Programmierung, man benötigt ein Entwicklerkonto für die App-Stores und muss ständig Updates machen damit die App auch in Zukunft läuft. Sie kennen das ja selbst. Ständig müssen Sie Updates für WhatsApp, Facebook, YouTube usw. auf Ihrem Smartphone laden.

Unsere App ist eine Progressive Web App, oder kurz PWA. Diese App wird einmal geladen wie eine Website über eine Internetadresse oder einen QR-Code und kann dann auf dem Handy gespeichert werden. Durch neuste Technologie wird aus einer Website eine App mit App-Funktionen.»

Angebot:

«Ihre eigene App inklusive der Gestaltung nach Ihren Wünschen kostet nur 990,- Euro.

Die monatlichen Folgekosten für das Hosting und technische Wartung Ihrer App beträgt 4.90 Euro und wird Ihnen von unserem Technikpartner Worldsoft berechnet.»

(Sonderangebot: Nur wenn nötig und sinnvoll:

«Ich hätte Sie gerne als Referenzkunden. Dafür mache ich Ihnen einen speziellen Sonderpreis. Was halten Sie davon, wenn Sie die App für nur 690,- Euro bekommen? Sie sparen 300,- Euro. Dafür darf ich Ihre App als Referenz verwenden. Sind Sie damit einverstanden?»)

Auftrag «Mobile App (PWA)» mit dem Kunden ausfüllen. Ihre AGB's sind auf der Rückseite.

«Haben Sie noch kurz Zeit die Inhalte Ihrer App anzuschauen?»

Gemeinsam das **Blatt «App-Daten»** ausfüllen.