



„Was wir nicht haben, brauchen Sie nicht“ – Erfolg beim Messeauftritt

Ein Intensiv-Training für das Team am Messestand / Standard

busmann training@ - Johanna Busmann
www.busmann-training.de --- www.anwalts-akquise.de --- www.anwalts-coach.de



„Was wir nicht haben, brauchen Sie nicht“¹

Dieser geniale Titel des gleichnamigen Buchs von **Max Moor** über seine neue brandenburgische Heimat beschreibt die angemessene Kesse **Verkaufsphilosophie** des einzigen Krämerladens am Ort.

Über Jahre und Jahrzehnte setzt sich dieser Satz im Leserhirn fest – und verführt zu Dauergrinsen.

Die Krämerin hat durch diesen Satz eine Alleinstellung erreicht!

Tipps + Training für Ihren Erfolg am Messestand

Etwas zu wissen, zu haben oder zu können, reicht nicht aus. **Kompetenzen** wollen und sollen bei einer Messe ja auf andere wirken.

Sprache, Gestik, Standarchitektur, Materialien, Kundenkenntnis und vor allem **Vorbereitung** sorgen für Interesse unbekannter Besucher, deren „Weitertratschquoten“ sich sprunghaft erhöhen, wenn alles gut geplant und durchgeführt ist.

Jedes **Know-how** ist nur so gut wie die daran geknüpfte **Präsentation** und der dadurch ausgelöste **Nutzen** für den Käufer oder Interessenten.

Branchenübergreifende Erfahrungen eines Anwaltsteams (etwa auf einer Messe für Verbrauchsgüter) müssen besonders **zurück haltend** und besonders „sexy“ präsentiert werden.

Das gelingt durch einen greifbaren **Zusatznutzen** der abgegebenen **Materialien**.

Lernziele

Die Teilnehmer lernen

1. eine professionelle **Einstellung** zum „offensiven Verkauf“
2. persönliche **Stärken** und **Schwächen** im Umgang mit Besuchern kennen
3. **Kommunikationsregeln** spontan umzusetzen
4. aktives, freundliches **Zugehen** auf Messebesucher
5. den **Gastgeberstatus** (incl. Business-Knigge)
6. Materialpräsentation durch **Nutzenargumentation**
7. Gesprächsführung und **Einwandbehandlung**
8. **Teamarbeit** am Stand

¹ „Was wir nicht haben, brauchen Sie nicht“ – Notizen aus der arschlochfreien Zone (Max Moor) Bitte kaufen und lesen! ☺

Struktur im Erstkontakt

Ohne „Chemie“ geht nichts!
Beweisen Sie Empathie, denn es reicht nicht, sie zu haben!
Was kann ich tun, damit der Besucher für mich Werbung macht?
Kompetenz verkaufen, Verbindlichkeit schaffen - wie geht das?

Rhetorik im Verkaufsgespräch

Paraphrasen, Ich-Botschaften, aktives Zuhören als "Türöffner"
Frage-Techniken
„Matching“
Strategien, das "nein" zu entkräften
Das Prinzip KPP: kurz, prägnant, präzise
Eine negative Nachricht verkaufen
Die Paraphrase - ein Sicherungsseil gegen Missverständnisse

Die Honorarinformation

Wie Sie über Honorare informieren – nicht verhandeln!
Wie Sie durch den Kanzlei-Usus Debatten vermeiden
Wie Sie mit dem Wettbewerb umgehen

Beschwerdemanagement und Einwandbehandlung

Hilfe ! Der Besucher will nicht so wie ich!
Vorwänden von Einwänden, Killerphrasen von berechtigten Beschwerden unterscheiden
Unterschiedliche Reaktionen auf diese Kritikformen einüben
Einwände und Kritik in Pluspunkte verwandeln
Einwände behandeln, Widerstände verringern, Killerphrasen versachlichen
etwas verkaufen, das man nicht hat („SAA“ = sicheres Auftreten bei völliger Ahnungslosigkeit)

Kanzlei-Präsentation

Quantifizieren und spezifizieren Sie Ihre Kompetenzen!
Stellen Sie das Team vor!
Verwenden Sie Servicesprachen!
Vermeiden Sie Floskeln!

TIPP:

Geben Sie **Material** – mit Ihren dominanten **Kontakt-daten** - heraus, das der Besucher sofort braucht, gern liest/anschaut oder gern weiter gibt!