

## Vertrieb und Verkauf Modul 3

### Kundenpflege – Kundenservice - schwierige Kunden - Aftersale

„Vielen Dank das Sie uns angerufen haben. Wir sind gleich für Sie da. Bevor wir Sie weiterleiten, beantworten Sie bitte einige Fragen.

Nennen Sie Ihren Namen, Wollen Sie ihren Auftrag verlängern? Wollen Sie ihre Rechnung neu zugesendet bekommen.... usw..“

#### **Das wollen Kunden heute NICHT mehr!**

Menschen möchten wieder mit Menschen in echten Kontakt treten. Nutzen Sie das.

Facebook, Twitter und Co, sind eine gute Hilfe, aber **NIE** ein Ersatz für Ihr Lächeln, Ihre Wärme und Aufmerksamkeit!

**Emotionale Bindungen** geben uns Halt und Zugehörigkeit in Zeiten der zunehmenden Individualisierung. Sie sind die wichtigste Basis für langjährigen Erfolg in der Zusammenarbeit.

Kennen Sie die Familienverhältnisse ihrer Kunden? Wissen Sie wann der nächste Geburtstag oder der Studienabschluss der Kinder ansteht? Ist Ihnen bekannt, wie das Unternehmen des Kunden aufgebaut wurde? Wie geht es dem Unternehmen? Was gibt es Neues? Was liebt Ihr Kunde in seiner Freizeit? Rufen Sie Ihre Kunden nach erfolgreichem Geschäftsabschluss und erledigter Dienstleistung noch einmal an? Womit heben Sie sich von Ihrer Konkurrenz ab?

#### **Nein noch nie gefragt? Ihnen fehlen Argumente und gute Kundenbindung!**

#### **Inhalt**

erfahren Sie was Reziprozität, Konsistenz, Knappheit Sympathie und Autorität mit Kundenbindung und Service zu tun hat. Sie erfahren erste Rhetorik Basics für den Telesales Bereich und wie man sich mit Aftersales bleibende persönliche Kundenbeziehungen schafft.

- Reziprozität, Konsistenz, Knappheit, Sympathie und Autorität als Marketinginstrument
- Generation Facebook und Co
- Rhetorik im Telesales Basic
- Umgang mit Persönlichkeitstypen

#### **Ziel**

Erfahren Sie was Reziprozität, Konsistenz, Knappheit, Sympathie und Autorität mit Kundenbindung und Service zu tun hat. Wie man sich mit Aftersales bleibende persönliche Kundenbeziehungen schafft.

#### **Methoden**

- Praktische Übungen
- Input Trainer
- Gruppenübung und Diskussion
- Fallbeispiele aus der Praxis

COM-INSTITUT  
Sabine Hengst



Wir machen Kommunikation zu  
Ihrem größten Erfolgsfaktor

**Seminardauer ½ Tag**  
**Zeit:**  
**Ort: Inhouse**

**Termin**

**Kosten:**

**Inkl. Handout**  
**Teilnahme Zertifikat**