



Heinrich Keßler

Motivationsfolien im Verkaufstraining

Das Dokument enthält die Vorlagen für die Motivationsfolien, die im Verkaufstraining eingesetzt wurden.

Die Übertragungen in die jetzige Form erfolgten am 01.06.2017.

Autor:

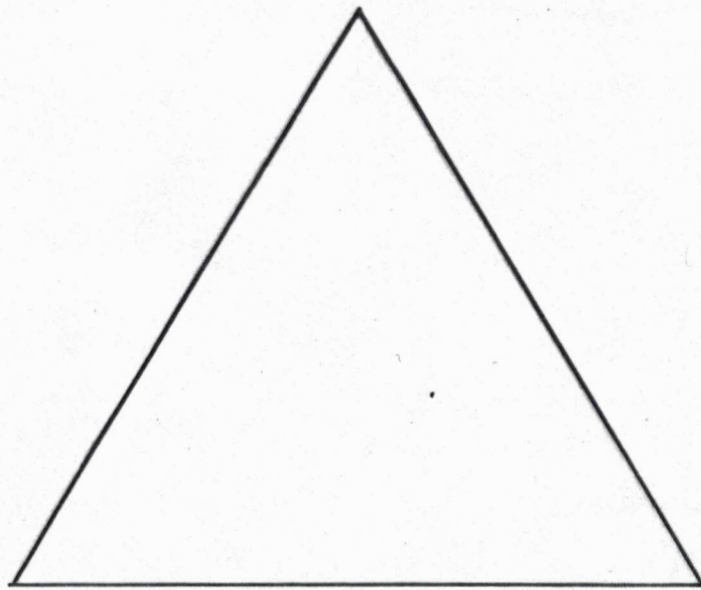
Heinrich Keßler

Hornisgrindestraße 1

D-77767 Appenweier

Internet: <https://www.2000ff.de>

Preiswert



Wert

Nutzen

Vorteil

Preis

Kaufpreis

Bedingungen

Kunden

- wollen Preis drücken
- wollen Sicherheit, Preis ist
stabil
- wollen handeln
- wollen Verhandlungsmacht
auspielen
- wollen Sicherheit, nicht
übervorteilt zu werden

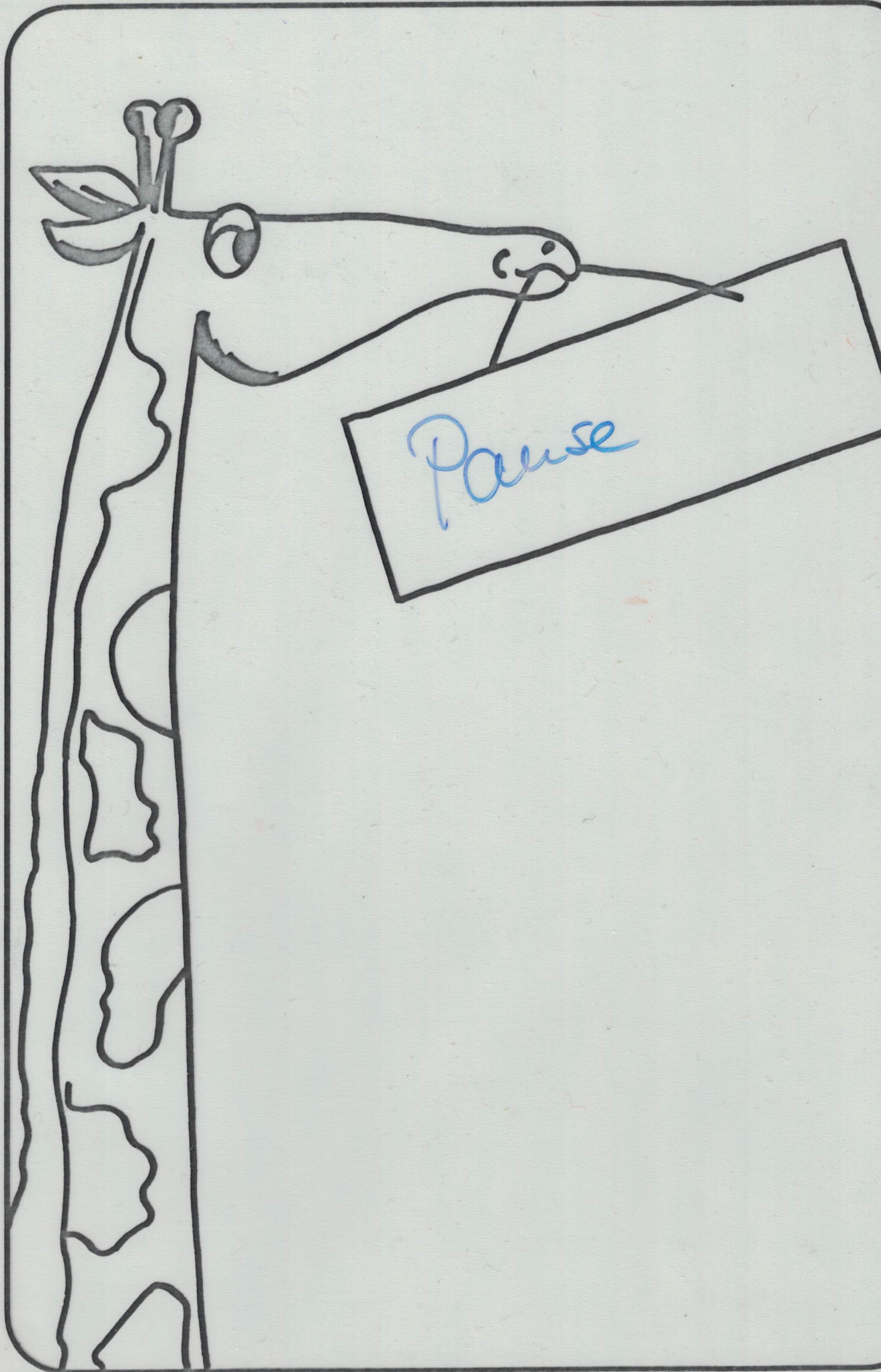
Der weiteste Weg

beginnt

mit dem

ERSTEN

Schritt



Pause

**Das meiste
wird nicht erreicht,
weil es nicht
unternommen wird**

GELTUNGSBEDÜRFNIS

Man kauft

was man nicht braucht

mit Geld

das man nicht hat

um dem zu imponieren

den man nicht mag

Lieber nach

Vorwärts

stolpern

als nach

rückwärts

rennen

Der

PESSIMISTISCHE KOLLEGE

findet für

jede LÖSUNG

ein

passendes PROBLEM

Tun/Kauf

Vorteile Kauf

— real

— subjektiv

Nachteile Nichtkauf

— real

— subjektiv



— 0 +

Nichttun/Nichtkauf

Vorteile Nichtkauf

— real

— subjektiv

Nachteile Kauf

— real

— subjektiv



+ 0 -

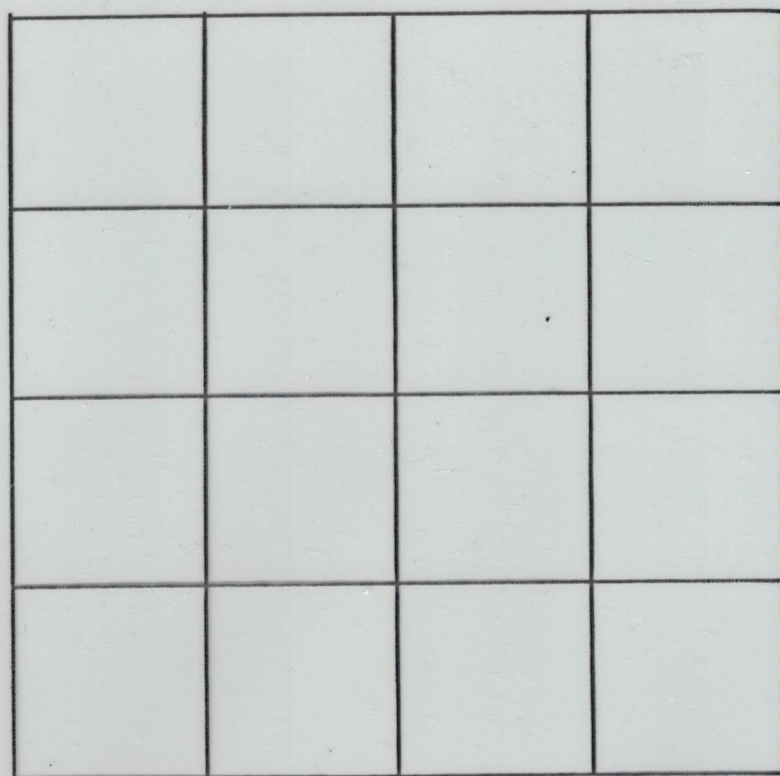
WAS DEM KUNDEN

NICHT NUTZT,

SCHADET UNS !

QUADRATSPIEL

Wieviele Quadrate können Sie erkennen ?



In Dio muß

BRENNEN,

was Du in

anderen

ENTZÜNDEN

willst!

Streß

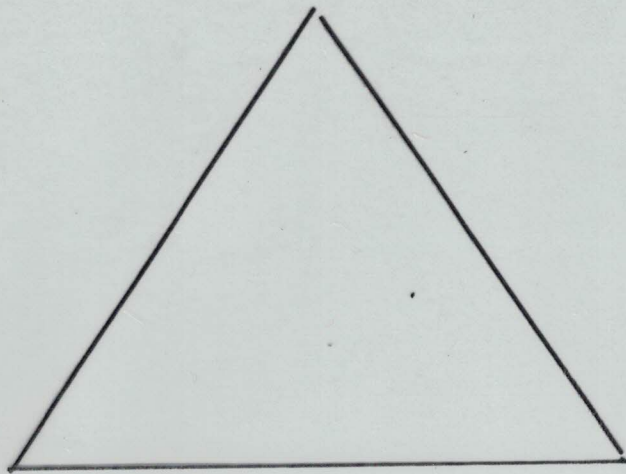
**entsteht immer dann,
wenn ich**

wollen soll

was ich nicht

können kann

**(Theorie)
Wissen**



**(Praxis)
Können
Technik**

**Wollen
Motivation
Abbau von
Demotivation**

Was ich

wirklich will

muß ich

wirklich wollen.

Sprache |

Aspeket der

1. Information
2. Selbstdarstellung
3. Kommunikation
4. Appell

Erfolg

ist eine Gewohnheit:

Die Gewohnheit, sich in
der richtigen Richtung

zu bewegen,

bis man

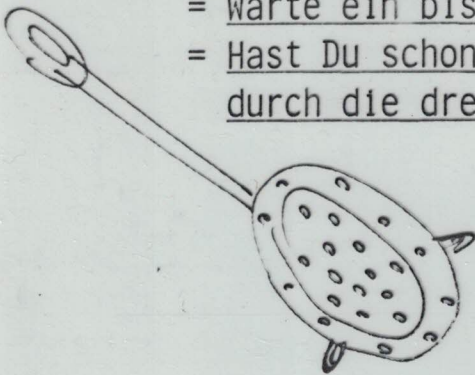
sein Ziel erreicht hat

Die DREI
SIEBE



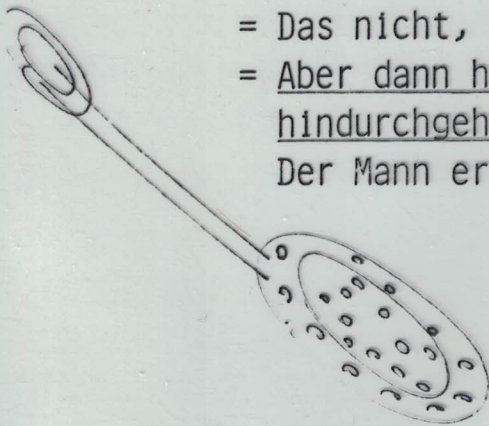
Zu Sokrates kam einmal ein Mann und sagte:
= Du höre, ich muss Dir etwas Wichtiges über
Deinen Freund erzählen! =

= Warte ein bisschen =, unterbrach ihn der Weise.
= Hast Du schon das, was Du mir erzählen willst,
durch die drei Siebe hindurchgehen lassen? =



= Welche drei Siebe? =
= So höre gut zu! Das erste ist das Sieb der
Wahrheit. Bist Du überzeugt, ob alles, was Du
mir sagen willst, auch wahr ist? =

= Das nicht, ich habe es nur von anderen gehört. =
= Aber dann hast Du es wohl durch das zweite Sieb
hindurchgehen lassen? Es ist das Sieb der Güte. =
Der Mann errötete und antwortete:



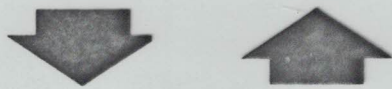
= Ich muss gestehen, nein. =
= Und hast Du an das dritte Sieb gedacht und
Dich gefragt, ob es nützlich sei, nur das von
meinem Freund zu erzählen? =

= Nützlich? - Eigentlich nicht. =
= Siehst Du =, versetzte der Weise, = wenn das, was Du
mir erzählen willst, weder wahr, noch gut, noch nützlich ist,
dann behalte es lieber für Dich. =

W e r t



P R E I S

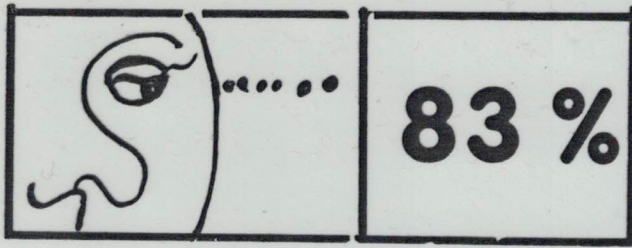


W E R T

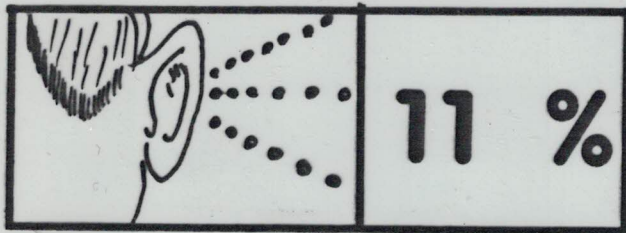


P r e i s

Man lernt :



sehen



hören



riechen



fühlen



schmecken

Der Wille

ist ein Vermögen,

nur dasjenige zu wählen,

was die Vernunft

unabhängig von der Neigung

als praktisch notwendig,

d. i. als gut

erkennt

Immanuel Kant

Kritik der praktischen Vernunft

- Der kategorische Imperativ der Pflicht-

Analyse

Nutzenargumentation

Preisverkauf

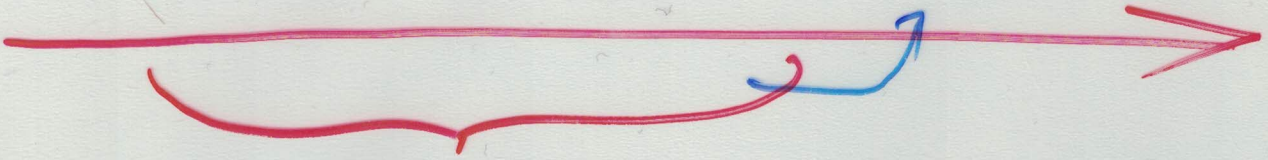
Verteidigung des Preises
- evtl. Preisinhaltsänderung

Forschungsfrage

Forschung

Verstärker

nächstes Produkt



Preisveränderung

Durch

Beharrlichkeit

zum

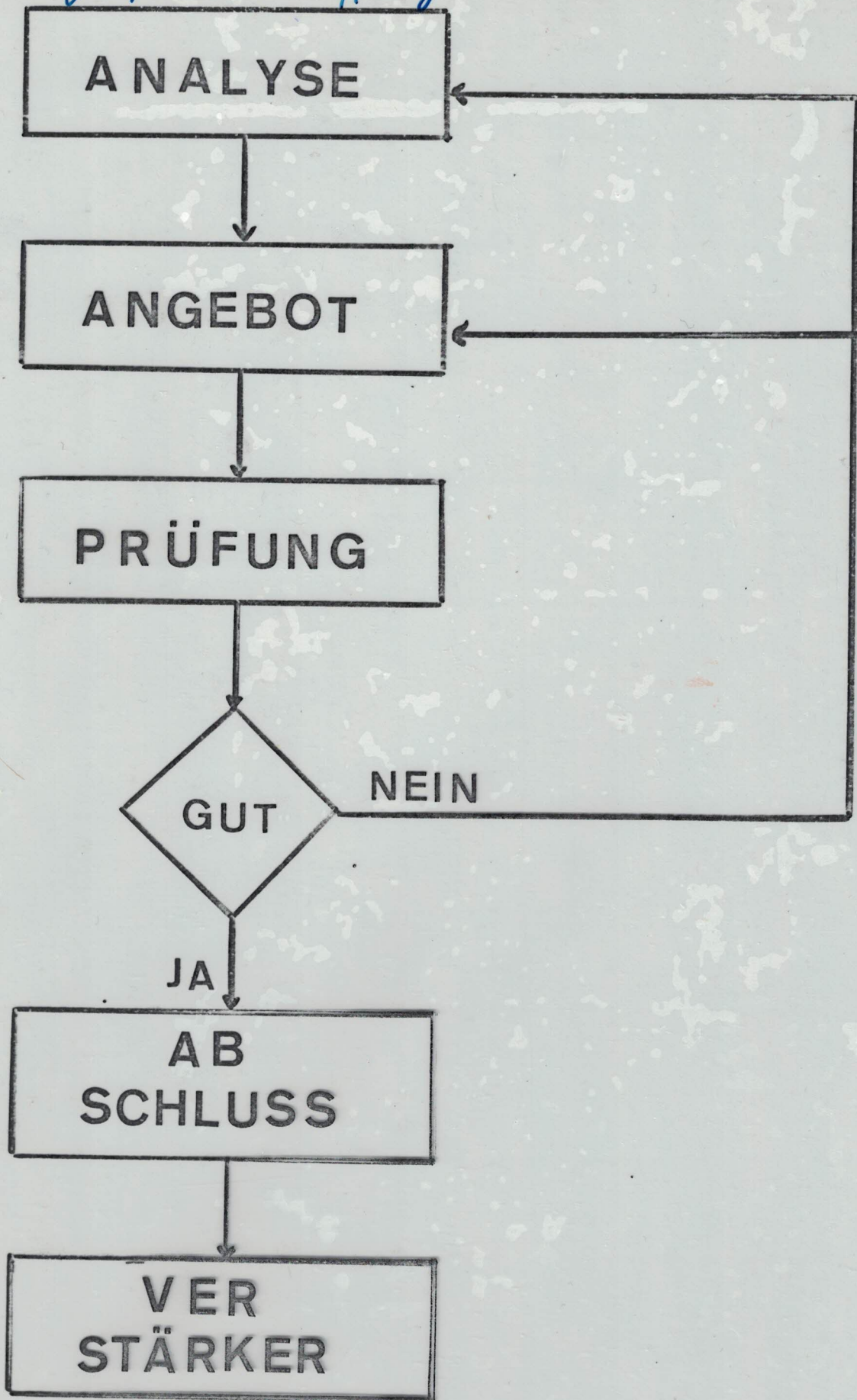
E R F O L G

aber nicht zerreden

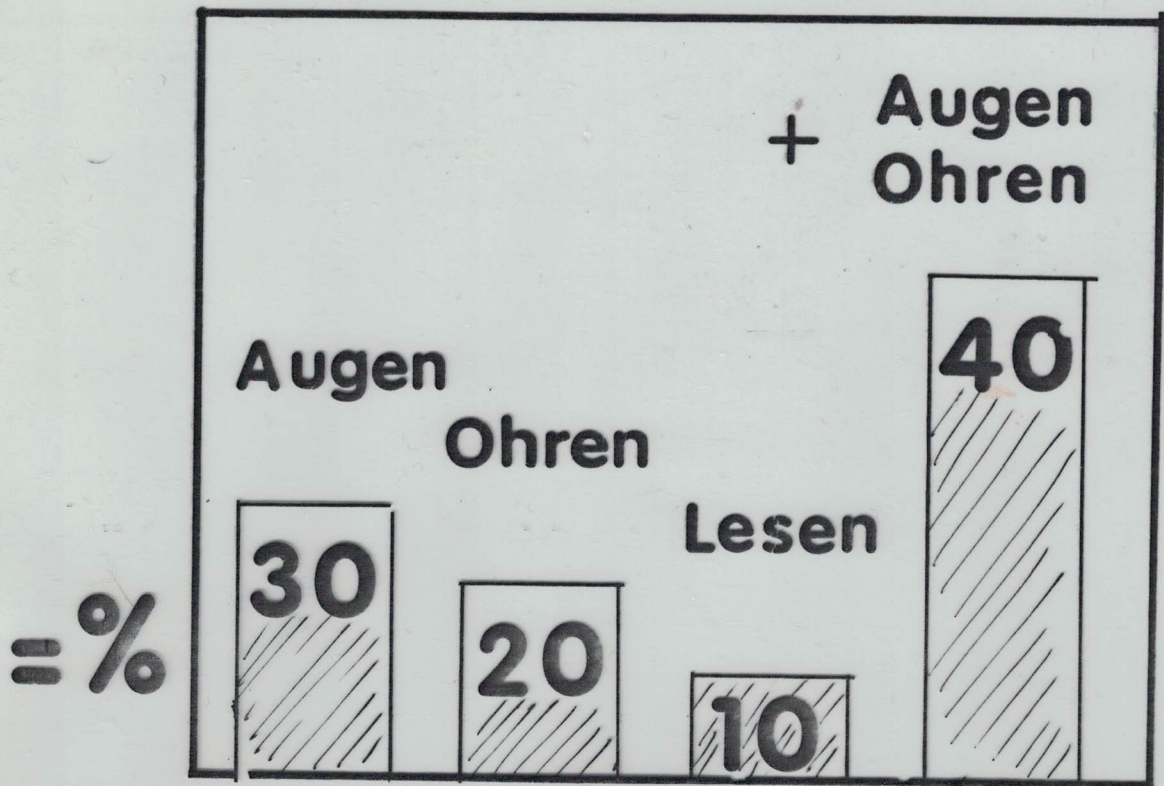
initiativ

werden

Gesprächsöffnung



Man behält:



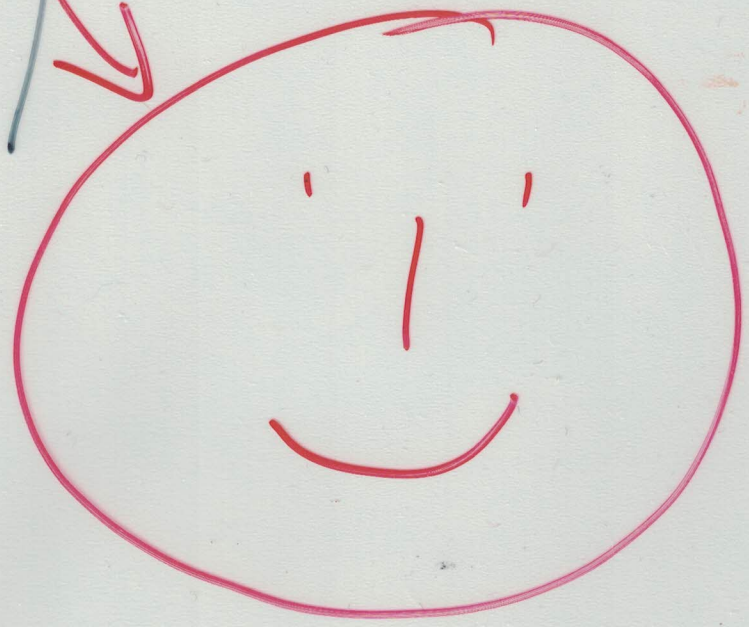
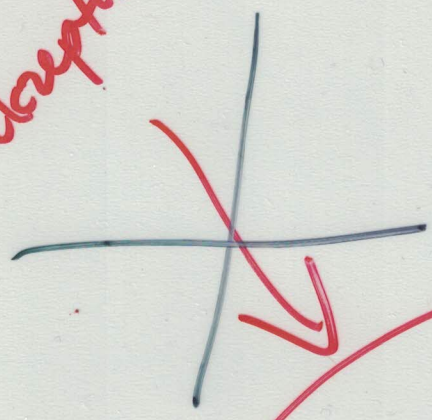
8 Kaufwiderstände

1. Angst vor Veränderung
2. Angst vor Erfahrungswiederholung
3. Mißverständnisse zum den Verkaufspreis
4. Desinteresse am Angebot
5. Inkompetenz
6. falscher Zeitpunkt
7. vermeintliche Sättigung
8. Ekel vor unerwünschter Beeinflussung

Ich mich
behalten
akzeptieren

Ich
bekomme

1. Vorteil
 2. Nutzen
 3. Vorteil
 4. Anschlussfähigkeit
- ↓ !!!



Jede

Beeinflussung

ist auf menschliche

Bedürfnisse

ausgerichtet

Sage nicht,

was nicht geht!

Sage, was geht!

WER FRAGT, DER FÜHRT.

BRINGEN WIR ALSO DEN ANDEREN

DURCH FRAGEN

ZUM DENKEN UND HANDELN

Wenn

ICH NICHT

will,

finde ich leicht tausend

GRÜNDE,

warum

ICH NICHT

kann

Eisberg



Bedürfnisse – Motiv – Grund