



Heinrich Keßler

# Motivationsfolien im Verkaufstraining

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

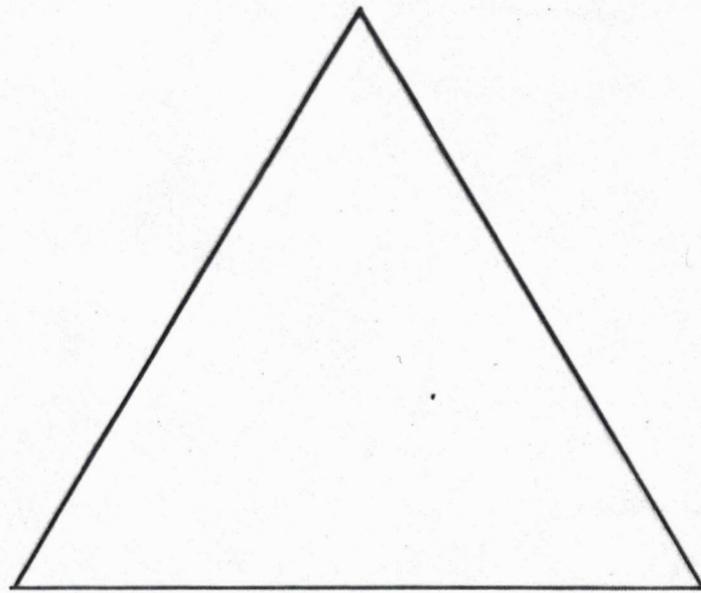
Die Übertragungen in die jetzige Form erfolgten am 01.06.2017.

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

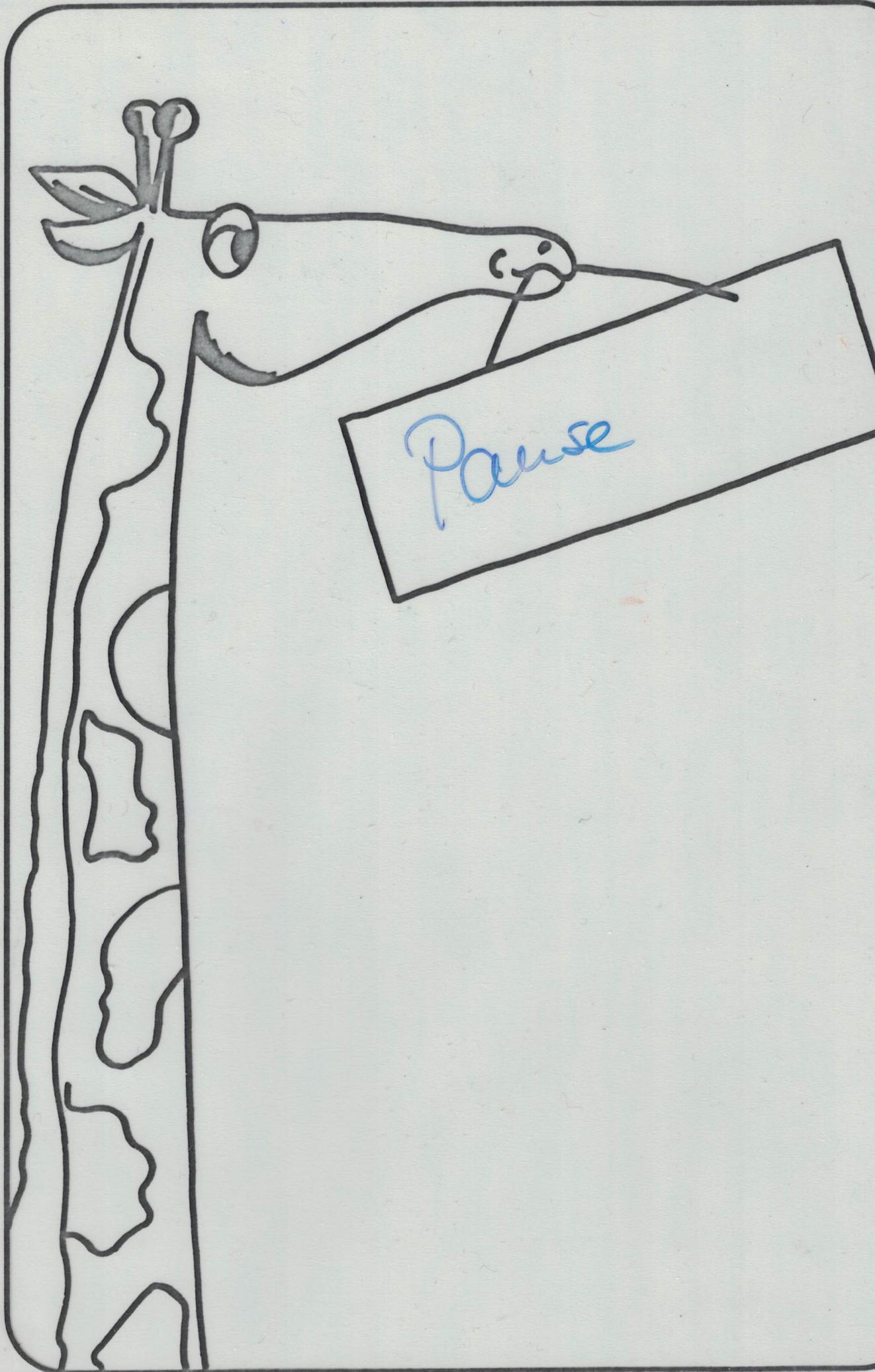
**Der weiteste Weg**

**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



# Nichttun/Nichtkauf

**Vorteile Nichtkauf**

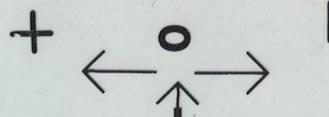
— real

— subjektiv

**Nachteile Kauf**

— real

— subjektiv



**WAS DEM KUNDEN**

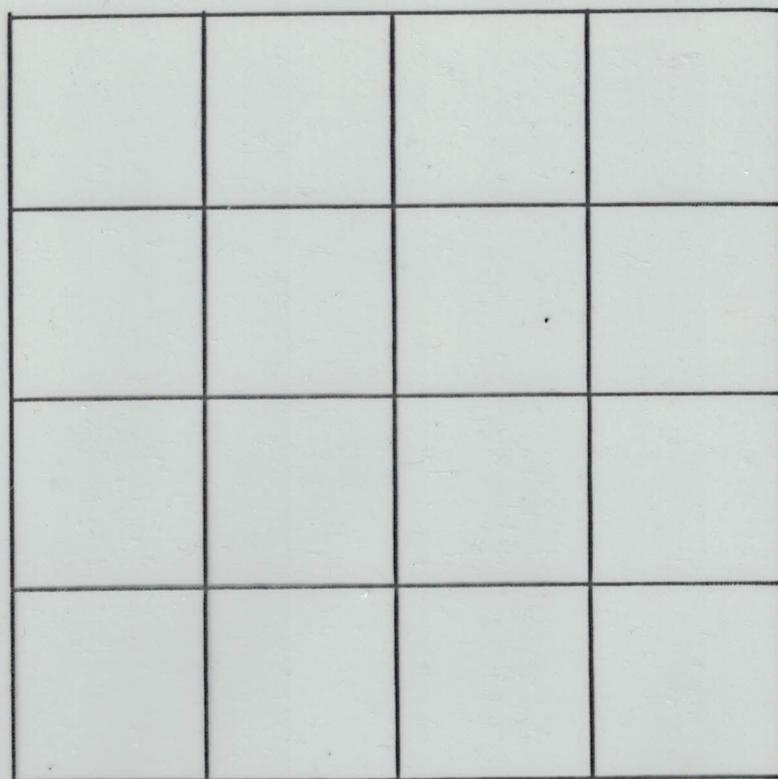
**NICHT NUTZT,**

**SCHADET UNS !**

# QUADRATSPIEL

---

Wieviele Quadrate können Sie erkennen ?



In Dio muß

BRENNEN,

was Du in

anderen

ENTZÜNDEN

willst!

**Streß**

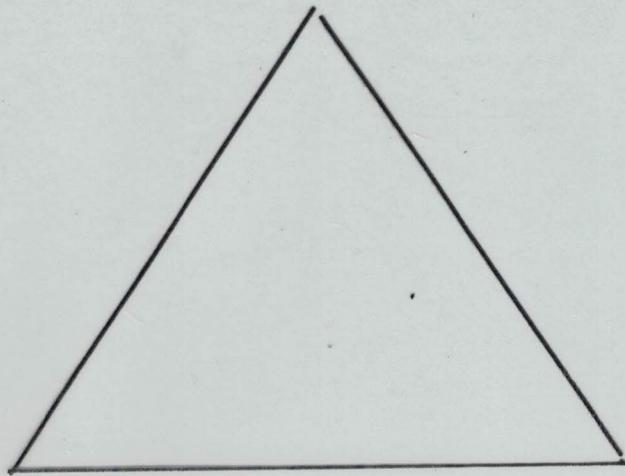
**entsteht immer dann,  
wenn ich**

**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 |

Aspekt der

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

Erfolg

ist eine Gewohnheit:

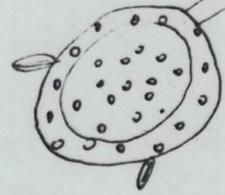
Die Gewohnheit, sich in  
der richtigen Richtung

zu bewegen,

bis man

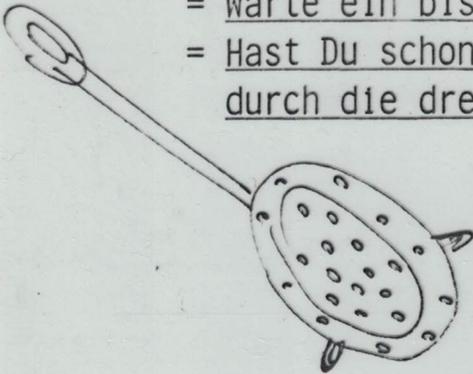
sein Ziel erreicht hat

Die DREI  
SIEBE



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

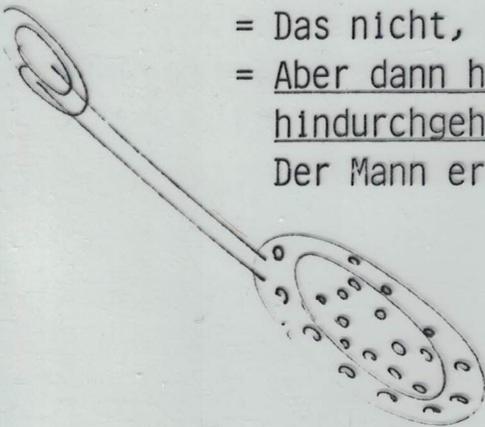
= Warte ein bisschen =, unterbrach ihn der Weise.  
= Hast Du schon das, was Du mir erzählen willst,  
durch die drei Siebe hindurchgehen lassen? =



= 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? =

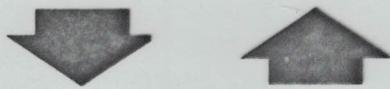
= Nützlich? - Eigentlich nicht. =

= 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**

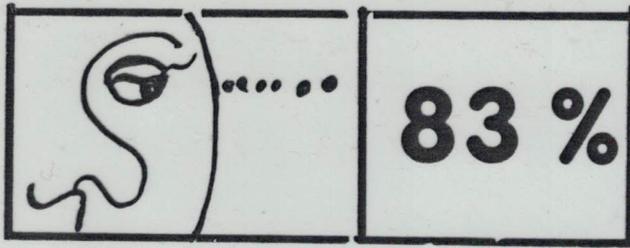


**W E R T**

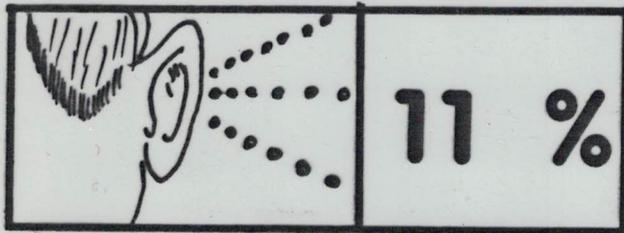


**P r e i s**

# 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

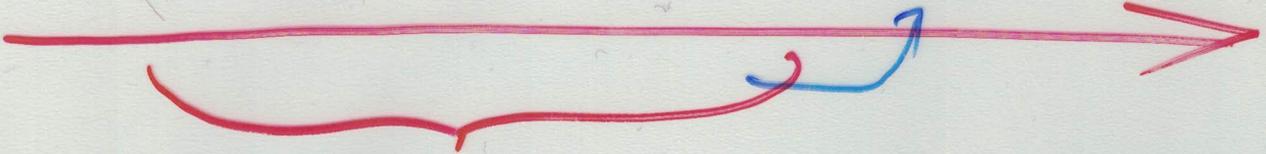
Verteidigung des Preises  
- evtl. Preisinfrage

Forschungsfrage

Forschung

Verstärker

nächstes Produkt



Preisveränderung

**Durch**

**Beharrlichkeit**

**zum**

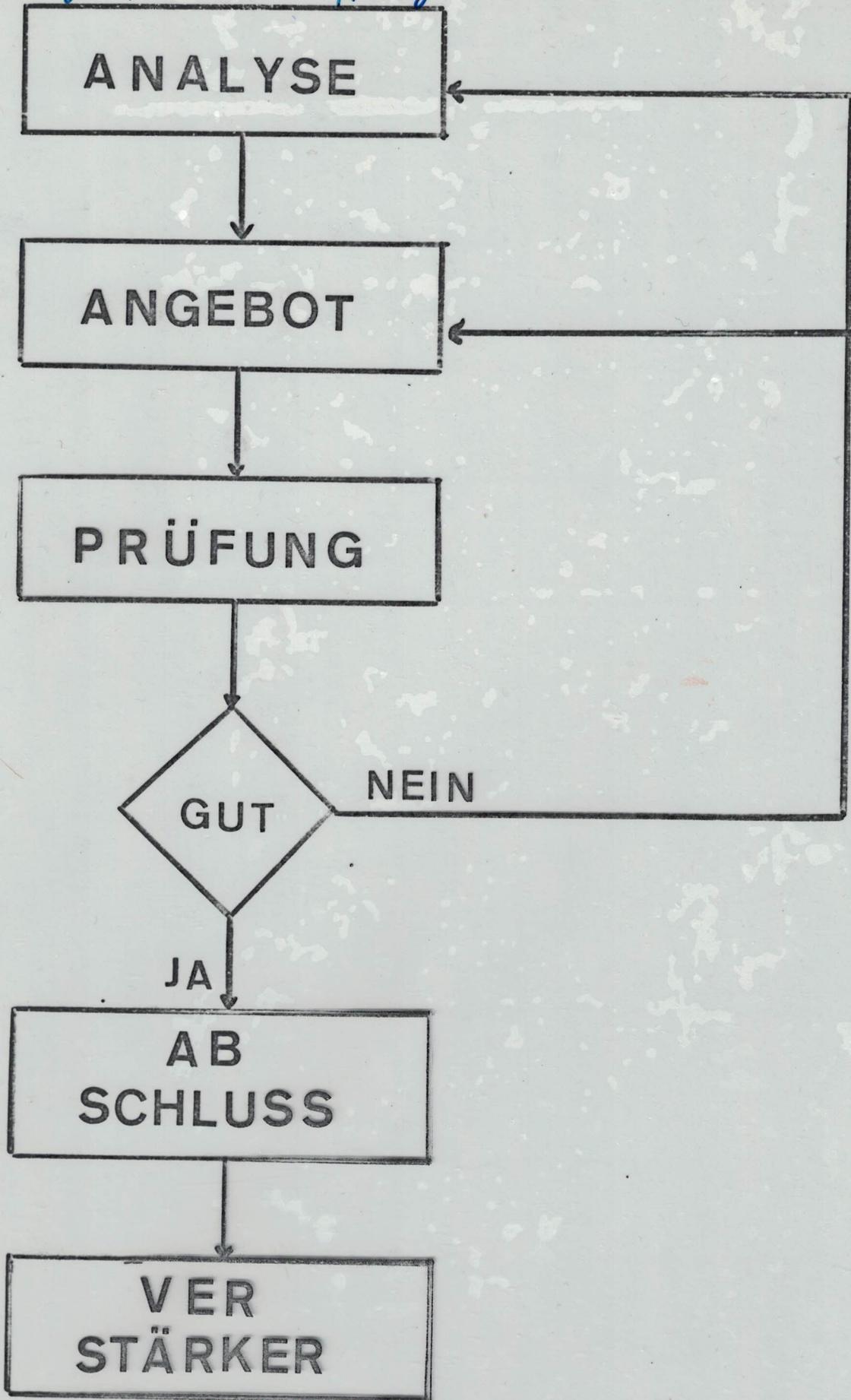
**E R F O L G**

**aber nicht zerreden**

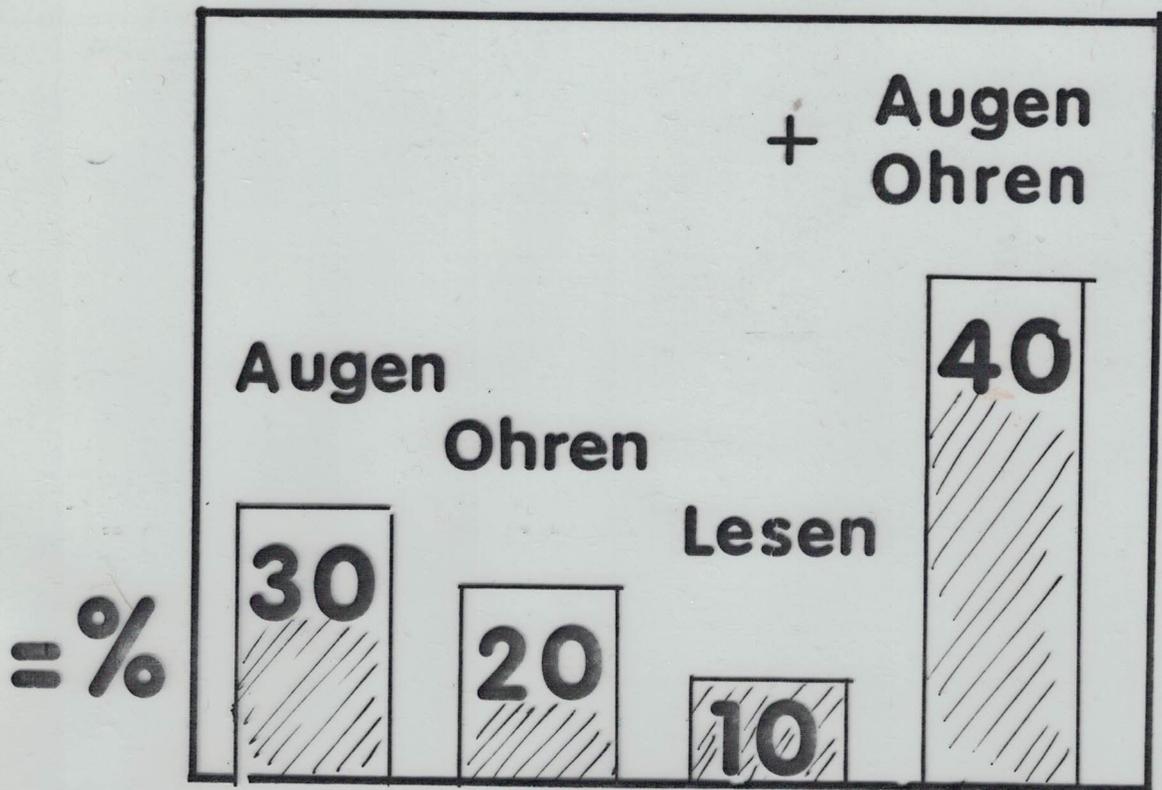
**initiativ**

**werden**

*Gesprächsöffnung*



# Man behält:



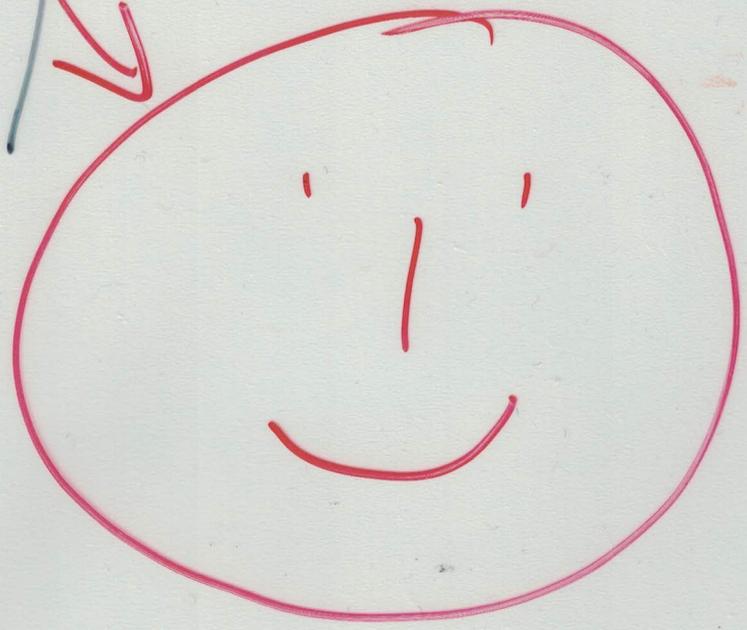
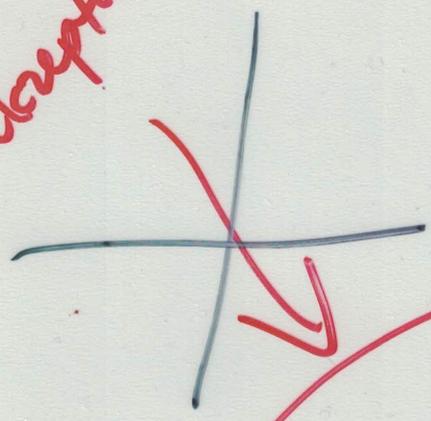
# 8 Kaufwiderstände

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