



sales motion ... und Ihr Vertrieb bekommt Bewegung.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Angeboteritis

„Bieten Sie es mir mal an“. Keiner würde das im Restaurant zum Kellner sagen. Aber im Büro, am Telefon, da höre ich diesen Satz fast täglich. Bei manchen Anfragen stellt man sich die Frage: Haben die Kunden eigentlich eine klare Vorstellung davon, was Sie wirklich benötigen?

Vermutlich geht es Ihnen wie mir: Oft erhalten Sie Anfragen von unterschiedlichen Personen aus dem gleichen Unternehmen zum selben Thema mit einem ganz anderen Anforderungsportfolio. Besonders einfallsreich sind auf diesem Feld die Agenturen – kein Wunder, bei dem kreativen Potenzial!

Wer, wie wir, beim Service auf den Kunden zugeht, der will eine individuelle und möglichst auf den erkennbaren Bedarf zugeschnittene Lösung finden. Angebote erfordern deshalb einen erheblichen Aufwand an Zeit, aber auch ein erhebliches Maß an Interesse und Hineindenken in den Kunden und seinen Wunsch. Da kommt nichts aus der Schublade, das Ergebnis ist echte Brainware.

Vor diesem Hintergrund hat es wenig mit Fair Play zu tun, wenn wegen teilweise sehr geringer Beträge bei vielen Anbietern angefragt wird. Die haben ja nichts anderes zu tun, als diese aufwendigen Angebote zu erstellen. Was dabei meistens untergeht: Diese Anfragen verursachen natürlich auch einen erheblichen Aufwand bei den Unternehmen selbst. Schließlich müssen sie alle miteinander verglichen und bewertet werden.

Es ist Aufgabe der Führungskräfte eines

Themen dieser Ausgabe

-  Trends
-  Terminalsache Vertrieb
-  Landeskonferenz der Wirtschaftsjunioren Bayern
-  Seminar-Tipp
-  Terminalsache Recht
-  Mehrwert-Strategie
-  Teamwork
-  Hier kocht Tamer Kemeröz
-  Geschichten aus dem Vertrieb
-  Im Profil: Markus Franz
-  Empfehlenswert
-  Nachgezählt

jeden Unternehmens, Zeit, Kosten und Ressourcen einzusparen. Aus diesem Grund geht mein Appell an alle, die im weitesten Sinne Anfragen stellen: Bitte präzisieren Sie diese und wählen Sie im Vorfeld genau aus, wen sie wirklich als Partner in Erwägung ziehen.

Viele Anfragen verursachen, volkswirtschaftlich gesehen, nur Staub und Nebel. Sie kosten Zeit und Geld. Und sie bringen letztlich keinen weiter.

Wir haben mal die letzten Monate gesammelt und arbeiten jetzt an einem Seminar: Anfragen, aber richtig. Und das wollen wir Ihnen nun einfach mal anbieten. Wenn Sie selbst es nicht brauchen, dann kennen Sie sicher einen...
Viele Grüße,

Ihr



 Hintergrund

 Zitiert

Trends

HBDI® bringt das Team in Balance



**HERRMANN
INTERNATIONAL**

Für ein optimales Ergebnis im Team kommt es nicht auf Superstars an, sondern darauf, dass innerhalb einer Mannschaft die Talente ausgewogen verteilt und besetzt sind. Ein bewährtes Verfahren, solchen Fähigkeiten auf den Grund zu gehen ist **HBDI®**. Die Abkürzung steht für Herrmann Brain Dominance Instrument und bedeutet nicht mehr und nicht weniger, als die unterschiedlichen Potenziale der Mitarbeiter erkennen zu können und die erkannten Potenziale im Miteinander eines Teams optimal zu nutzen. **HBDI®** hilft,

Teamprozesse zu verbessern und Teams optimal zusammenzustellen, die richtigen Mitarbeiter für eine angebotene Stelle einzustellen oder bei der Förderung der Potenziale Einzelner. [Mehr...](#)

 nach oben

Terminsache

„Vertriebserfolg mal drei!!!“

Gleich drei Highlights garantiert der nächste Themenabend bei der ADVICA Unternehmensberatung in Stuttgart am 25. Juli 2007. Unter anderem ist Thomas Burzler mit seinem Vortrag „Kämpft um Eure Preise!“ als Referent dabei, der seinen Gästen das Thema „Abschlusssicherheit und die Kunst möglichst hohe Preise zu erzielen“ ans Herz legt. [Mehr...](#)



🔍 nach oben

Landeskonferenz der Wirtschaftsjuvenen Bayern Aller guten Dinge sind acht



Die Wirtschaftsjuvenen Augsburg veranstalten vom 28. Juni bis 1. Juli 2007 die Landeskonferenz (LAKO) der Wirtschaftsjuvenen Bayern. Unter dem Motto **GESCHICHTE – ANTRIEB – ZUKUNFT** werden wir euch in unserer schönen, alten Stadt eine Konferenz bieten, die ihr nicht vergesst“, versprechen die Verantwortlichen. Wer sich die Referentenliste genau ansieht, kann verstehen, dass die Veranstaltung auch für Sales Motion ein unvergessliches Event darstellt: Sage und schreibe ACHT unserer Referenten werden ihren Teil zum Erfolg der Konferenz beitragen.

www.lako-augsburg.de

🔍 nach oben

Seminar-Tipp

Klare Antworten auf vermeintlich einfache Fragen

Es sind die Fragen, die sich jedes Verkaufsteam, jeder Verkaufsleiter immer wieder stellt: Wie akquiriere ich erfolgreich am Telefon? Wie gehe ich mit Einwänden um? Wie kann ich am besten auf „zu teuer!“ reagieren? Das Seminar „Erfolgreich verkaufen“ mit Thomas Burzler gibt sofort umsetzbare Impulse für den Vertrieb. [Mehr zum offenen Seminar am 13. Juni 2007 in Gingen...](#)



🔍 nach oben

Terminsache

Intranet- und Internetnutzung in Unternehmen

Gesetzgebung und Rechtsprechung sorgen für ständig neue Herausforderungen, die Risiken für Arbeitgeber nehmen täglich zu: Sales Motion und HRnetworx laden Sie recht herzlich zum nächsten spannenden Netzwerktreffen in Merching ein. Am 27. Juni 2007, von 17:30 bis 20:00 Uhr erhalten Sie beim FORUM VERLAG HERKERT GMBH ausführliche Informationen zu einem brandaktuellen Thema. **Die Teilnahme ist für Personaler und Personalverantwortliche kostenfrei!**

[alle Termine](#)

MehrwertStrategie



„Geiz ist geil – auch in der Medizintechnik?“

Die SalesProf 2007, Deutschlands einzige branchenübergreifende Fachmesse mit aktuellsten Informationen für alle Vertriebs- und Verkaufsprofis, wartet mit TopThemen aus dem Bereich „Healthcare/Pharma“ auf. Bei der dritten Auflage der SalesProf 2007, die vom 20. bis 21. Juni 2007 im Congress Centrum Mainz stattfindet, steht erstmals ein spezielles Branchenforum „Healthcare/Pharma“ mit TopReferenten und namhaften Unternehmen auf dem Programm. Der Vortrag von Thomas Burzler, Geschäftsführer der Sales Motion GmbH, behandelt am 21. Juni 2007 in praxisnaher Form das elektrisierende

Thema „Geiz ist geil – auch in der Medizintechnik? Erfolgreiche MehrwertStrategien gegen Generika und MeToo’s“. www.salesprof.de

Teamwork

Qualitätsoffensive im Call-Center

Das Team im Tagesgeschäft zu steuern und zu leiten, ist eine der wichtigsten Aufgaben im Call Center. Die Anforderungen steigen ständig: Technik- und Managementwissen, hohe soziale Kompetenz mit überdurchschnittlichen kommunikativen Fähigkeiten, Gespür für die Bedürfnisse des Kunden, des Mitarbeiters und des Managements. Die Jahrestagung der Management



Circle AG hilft Teamleitern, sich nachhaltig zu positionieren. Hier finden sie sowohl die entscheidenden Strategien und Konzepte als auch die pragmatischen Lösungsansätze für das operative Tagesgeschäft. Eines der Highlights des Tages ist der Vortrag unseres Top-Referenten Erich Rutmöller. Der Chefausbilder des DFB verfügt über viele Jahre Erfahrung in der Teamarbeit und kann durch die Parallelen zum Sport sowohl Aufgabenstellungen wie Lösungen hervorragend veranschaulichen. . www.managementcircle.de



Kolumne: Hier kocht Tamer Kemeröz

„Foodsport“ Teil I: Gesünder ernähren auf Geschäftsreisen

Häufige Geschäftsreisen stellen auf dem Weg zu einem gesünderen Ernährungsstil einen besonders tückischen Stolperstein dar. Das Problem besteht darin, dass man unterwegs sehr schnell hungrig, müde und undiszipliniert werden kann. In einer Serie gibt Tamer Kemeröz Tipps, wie man die Ernährungsfallen unterwegs umgehen kann. Wir beginnen mit dem Frühstück...

Für Ihren Terminkalender: Tamer Kemeröz treffen Sie unter anderem bei der GESA convention www.germanspeakers.org am 18. September 2007 um 11:00 Uhr oder Sie buchen ihn gleich für Ihre nächste Tagung oder Ihren nächsten Kongress. [Mehr...](#)

↶ nach oben

Geschichten aus dem Vertrieb

Die Auflösung

So ging die Geschichte los: „Freitagfrüh im Sportgeschäft. Der Neffe wünscht sich sehnlichst das Trikot eines Basketball-Teams...“ Und [hier](#) finden Sie das glückliche Ende.



↶ nach oben

Im Profil

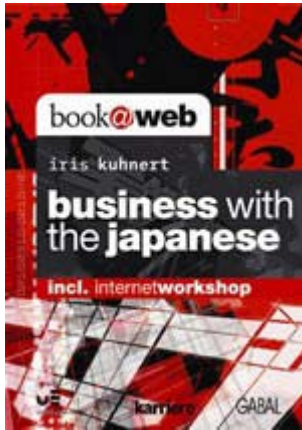


Markus Franz

Er entdeckte mit 13 Jahren sein Interesse an Computern und dem Internet – insbesondere an Suchmaschinen. 2006 zeigte Markus Franz das Forschungsprojekt M4, mit dem man erstmalig Text, Audio und Video gleichzeitig im Web finden konnte. Seine Themen sind u.a. „Kunde 2.0 – Er denkt, informiert und handelt anders“, „Lustgefühl im Netz: Das will ich haben!“ oder „Wie sexy ist Ihr Unternehmen im WorldWideWeb?“ [Mehr über ihn hier...](#)

↶ nach oben

Empfehlenswert



Business with the Japanese

Japan gehört in vielen Bereichen zu unseren wichtigsten Handelspartnern. Dennoch scheuen viele Unternehmen ein Japan-Engagement aufgrund der sprachlichen und kulturellen Hürden. Das Buch „**Business with the Japanese**“ von unserer Trainerin **Iris Kuhnert (ISBN 978-3-89749-461-9)** zeigt, welche Faktoren das Denken und Handeln japanischer Geschäftspartner beeinflussen und wie man damit umgehen kann. [Mehr...](#)

🔼 nach oben

Nachgezählt

Deutschland doch keine Service-Wüste?

Zu einem guten Service gehört eine aufmerksame Kontaktpflege. Im europäischen Vergleich gibt es dabei deutliche Unterschiede: 36 Prozent der deutschen Unternehmen setzen auf eine gute persönliche Ebene – europäischer Spitzenwert. Weiter südlich sind materielle Zuwendungen populärer. In Italien erhalten 12 Prozent der Unternehmen Geschenke von ihren Dienstleistern. Damit führen sie klar vor den zweitplatzierten Spaniern (8 Prozent). Das ist das Ergebnis einer europaweiten Studie von Easynet in Zusammenarbeit mit dem britischen Meinungsforschungsinstitut YouGov.



🔼 nach oben

Hintergrund

Werbung auf dem Handy – Ende eines Tabus?

Das Handy hat sich in den verschiedenen Marketingstrategien als wichtiger dritter Bildschirm nach TV und PC beim Verbraucher etabliert. Laut Angaben des eco Verbandes der deutschen Internetwirtschaft ist Mobile Marketing bereits seit zwei Jahren auf dem Vormarsch und aus den Kampagnen der großen Konsumgüterhersteller nicht mehr wegzudenken. [Mehr...](#)



🔼 nach oben

Zitiert

„Fehler vermeidet man, indem man Erfahrung sammelt. Erfahrung sammelt man, indem man Fehler macht.“ (Laurence J. Peter)

 nach oben

Kontakt

Ihre Meinung ist uns wichtig – wir freuen uns auf Lob, Kritik und Anregungen. Schreiben Sie an [Heinrich Kürzeder](#). Wir beantworten auch gerne Ihre Fragen zu unseren Leistungen, die Ihr Unternehmen und Ihren Vertrieb „in Bewegung bringen“.

Abmeldung/Anmeldung

Wenn Sie diesen Newsletter künftig nicht mehr erhalten wollen, schreiben Sie bitte an [Heinrich Kürzeder](#). Vielen Dank, dass Sie die Zeit investiert haben, unseren Newsletter zu lesen.

Impressum

Sales Motion GmbH • Untere Hauptstraße 5 • D-89407 Dillingen/Donau
fon +49 (0)9071 705588-0 • fax +49 (0)9071 705588-99
www.sales-motion.de • E-Mail: info@sales-motion.de

Herausgeber

Thomas Burzler, Heinrich Kürzeder
Copyright 2007

Redaktion, Layout und Technik

[vmm wirtschaftsverlag gmbh & co. kg](#)

Haftungshinweis

Sales Motion übernimmt keine Haftung für die Inhalte der Websites, auf die verlinkt ist. Für die Inhalte dieser Websites sind ausschließlich die jeweiligen Betreiber verantwortlich.
