



Presse-Information

TOP-Vertriebsspeaker Alexander Christiani zu Gast beim Marketing-Club Schwarzwald-Baar

Erfolgsstrategie im Verkauf: Consultative Selling

Trossingen/Villingen-Schwenningen, 16. März 2010. Club-Präsident Prof. Alexander Doderer begrüßte am 8. März rund 150 Mitglieder und Gäste des Marketing-Club Schwarzwald-Baar in der Trossinger Kulturfabrik Kesselhaus zu einem ganz besonderen Vortrag. Alexander Christiani, einer der gefragtesten Vertriebstrainer Deutschlands, referierte an diesem Abend zum Thema "Persönliche Überzeugungskraft – Erfolgsstrategien im Verkauf"!

Wie wichtig für jeden Verkäufer der „innere Dialog“ ist und mit welchen Makro-Mustern, also dem Ablauf des Gesprächs, und Mikro-Mustern, sprich den gewählten Sätzen und Worten, gearbeitet wird, machte der Erfolgstrainer an diesem Abend bei seinem rund 1 ½ stündigen Vortrag deutlich. Mit vielen sehr praktischen Beispielen aus seiner Praxis erläuterte Christiani insbesondere die Bedeutung und Wirkungsweise der in einem Verkaufsgespräch verwendeten Sprachmuster.

Alexander Christiani trainiert seine Kunden beim „Consultative Selling.“ Bei dieser Methode, die US-Top-Verkäufer entwickelt haben, erklären sich Kunden das Produkt oder die Dienstleistung selbst. Entsprechend dem Grundsatz „Menschen können sich gegen alles wehren, was andere ihnen sagen, aber sie sind völlig offen dem ausgeliefert, was sie zu sich selbst sagen“, ist für Profi-Verkäufer besonders eine Fähigkeit von großem Wert: Menschen im Gespräch so zu führen, dass sie sich die Lösung für ein Problem selbst erklären. Christiani zeigte sich in seinem Vortrag überzeugt davon, dass sich Top-Verkäufer mit dieser Verkaufstaktik deutlich von anderen Verkäufern abheben. Es werden Argumente verwendet, die der Kunde oder Gesprächspartner selber wählen würde, die bei ihm innere Bilder erzeugen und an die er natürlich dann auch glaubt. Die verwendeten Sprachmuster der weltbesten Verkäufer unterscheiden diese Profis von Ihren Kollegen. Bspw. erläuterte er anhand konkreter Fallbeispiele das Sprachmuster des „begründeten Sprachstils“. Hier werden in einem Verkaufsgespräch unter Verwendung von Worten wie denn, da, weil, deshalb etc. logische Ketten aufgebaut. Ein anderes Sprachmuster funktioniert so, dass der Verkäufer durch seine Argumentation lebendige Bilder im Kopf des Kunden erzeugt.



Presse-Information

Sehr interessiert nahm das Publikum auch die Vorstellung der sieben „Ja-Sensoren“ im Gehirn auf, die aus der neurologischen Forschung bekannt sind. „Der Profi-Verkäufer versteht es, diese Sensoren anzusprechen und ein Leuchtfeuer im Gehirn des Kunden zu erzeugen“ so Christiani bei seinem Vortrag. Zu den Ja-Sensoren gehören bspw. Gemeinsamkeiten im Gespräch zu erzeugen, Autorität und Kompetenz zu vermitteln oder auch Kontraste sinnvoll einzusetzen.

Eine Diskussion am Ende des Vortrags sowie weitere intensive Gespräche mit dem Dozenten und unter den Gästen bei einem kühlen Getränk an der Bar des Kesselhauses rundeten den Abend ab.

Pressefoto – Bildunterschrift

Bild 1 bis 3:

Rund 150 Mitglieder und Gäste des Marketing-Club Schwarzwald-Baar erlebten am 8. März 2010 in der Trossinger Kulturfabrik Kesselhaus Alexander Christiani, einen der gefragtesten Vertriebstrainer Deutschlands.

Bild 4:

Alexander Christiani mit dem Vorstand des Marketing-Club Schwarzwald- Baar (v.li.n.re.: Andreas Störmer, Vorstand Finanzen, Prof. Alexander Doderer, Präsident, Alexander Christiani, Prof. Jörg Johannsen, Vorstand Programm, Antje Häcker, Vorstand PR und Öffentlichkeitsarbeit, Oliver Hupp, Geschäftsführer).

Bilder frei zur Veröffentlichung

Fotos: Wolfgang Häcker

Abdruck frei, Belegexemplar erbeten.

Über Alexander Christiani (www.christiani-consulting.com):

Die Christiani Consulting KG ist ein Beratungsunternehmen für Personalentwicklung und Leistungsmanagement. Es ist spezialisiert auf die nachhaltige Prozessoptimierung im Marketing und Vertrieb mittelständischer Unternehmen sowie großer Konzerne. Geschäftsführender Gesellschafter ist Alexander Christiani (50). Christiani zählt zu den führenden Managementtrainern in Deutschland. Seit mehr als zwanzig Jahren coacht er Führungspersönlichkeiten und Spitzenkräfte aus den unterschiedlichsten Wirt-



Presse-Information

schaftszweigen. Sein Consulting-Unternehmen mit Sitz in Köln deckt mit aufgabengerecht zusammengestellten Beraterteams ein breites Leistungsspektrum ab. Es reicht vom Einzelcoaching bis hin zu maßgeschneiderten Trainings für ganze Marketing- oder Vertriebsabteilungen. Christiani Consulting sieht in einem gezielten „Veränderungsmanagement“ den Hauptansatzpunkt seiner Beratungsleistung. „Methodisches Erfolg coaching ist ausgerichtet auf den Mensch im Wechselspiel mit dem ihn umgebenden System“, sagt Alexander Christiani, der für sein Unternehmen eine uneingeschränkte Business-Orientierung postuliert.

Über den Marketing-Club Schwarzwald-Baar (www.mc-sb.de):

Der Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V. wurde im September 2006 als einer von ca. 65 Clubs des Deutschen Marketing-Verbandes gegründet und hat heute über 80 Mitglieder verschiedenster Branchen. Unter dem Dach des Deutschen Marketing-Verbandes versammeln sich weit mehr als 13.000 Mitglieder. Damit stellt der Deutsche Marketing-Verband nicht nur die größte deutsche Marketingorganisation, sondern auch die älteste, denn der Verband existiert seit 1956.

Marketing-Clubs stehen für regelmäßige Begegnung mit Frauen und Männern, die professionell mit Marketing zu tun haben, und das in der Regel auch in leitender Position. Marketing-Clubs stehen aber auch für Information, Meinungsaustausch und Diskussion zu verschiedensten Management- und Marketing-Themen. Dabei finden die monatlichen Veranstaltungen an unterschiedlichsten Orten in der Region und in unterschiedlichsten Formen statt. Von der Podiumsdiskussion bis zur Betriebsbesichtigung mit anschließender Vorstellung der jeweiligen Marketing-Philosophie gibt es alles. So gesehen ist der Marketing-Club Schwarzwald-Baar nicht nur die zentrale, branchenbezogene Begegnungsplattform für die Region, sondern verbindet vielmehr die Region aktiv mit den Marketing-Ballungsräumen wie z. B. München, Düsseldorf, Frankfurt, Berlin oder Hamburg. Selbstverständlich gibt es im Marketing-Club Schwarzwald-Baar auch Mitglieder, die nicht direkt im Marketing tätig sind, wohl aber dessen Bedeutung für ein erfolgreiches Geschäft überhaupt kennen: Unternehmerinnen und Unternehmer, Vertriebsleute, Personalleiter, Banker, Einzelhändler, Handwerker usw.



Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V.

Presse-Information

Kontakt:

Carolin Doderer

Geschäftsstellenleiterin

Marketing-Club Schwarzwald-Baar

Robert-Bosch-Straße 9

D - 78048 VS-Villingen

Tel: +49 (0) 7721-50 23 27

Fax: +49 (0) 7721-84 21 33

info@mc-sb.de

www.mc-sb.de

Antje Häcker

Vorstand PR und Öffentlichkeitsarbeit

Marketing-Club Schwarzwald-Baar

Robert-Bosch-Straße 9

D - 78048 VS-Villingen

Tel: +49 (0) 7721-50 23 27

Fax: +49 (0) 7721-84 21 33

info@mc-sb.de

www.mc-sb.de