

Timeline Selling

von Hagen Wenk und Bernd Hohmann, Frankfurt, Mai 2014

Kunden und Verkauf heute

Die **meisten Kunden** heute wollen, dass wir als **Verkäufer menschlich, natürlich und echt wirken**. Das macht uns für unsere Gesprächspartner **sympathisch**. Sie wollen uns Beratern und Verkäufern **vertrauen** können; wollen die **Sicherheit**, dass das, was wir sagen, **stimmt**.

Dennoch setzen viele **Verkaufstrainings und Vertriebsprofis** immer noch darauf, einfach nur bestimmte **Verhaltensweisen anzutrainieren**, vorher festgelegte Redewendung oder **ganze Texte auswendig zu lernen**, den **Gesichts- und Körperausdruck** bewusst und beliebig zu **steuern**, ohne dabei die Persönlichkeit des Verkäufers zu berücksichtigen und mit einzubeziehen.

Dadurch wird unser Auftreten aber **unnatürlich, mechanisch und künstlich**. Das gefällt keinem Kunden.

Die **Kunden der heutigen Zeit** sind **kritisch, informiert und erwachsen** geworden. Sie sind nicht mehr dazu bereit, ihre **wertvolle Zeit** für **rosarote Halbwahrheiten** oder sogar **Unwahrheiten** zu **vergeuden**.

Timeline Selling

Verständnis und Training

Timeline Selling ist beides in Einem: ein **zeitgemäßes, bedarfs- und nutzenorientiertes Verständnis** des Verkaufsprozesses und ein auf die heutigen **Wünsche der Kunden** zugeschnittenes **zielgerichtetes Verkaufstraining**.

Timeline Selling als Prozess besteht aus **5 aufeinander folgenden Phasen**.

Der Timeline Selling Prozess beginnt schon deutlich vor dem eigentlichen Verkaufsgespräch mit der **ersten Phase** der „**Selbstexploration**“ und damit mit der Beantwortung der Frage: „**Wer bin ich als Mensch und Verkäufer?**“ Erst wenn wir uns als Verkäufer und damit als

unser wichtiges Werkzeug im Verkaufsprozess kennen gelernt haben – unsere Stärken, Schwächen, Vorlieben, Gewohnheiten, Einstellungen u.a. – können wir unseren Verkaufsprozess so planen und gestalten, dass er uns zu einem treffsicheren Abschluss führt. Die „Selbstexploration“ ist die Basis, das Fundament, auf dem alle weiteren Phasen des Timeline Selling Prozesses aufbauen.

In der **zweiten Phase** des Prozesses der „**Zielgruppenbestimmung**“ beantworten wir die Frage: „**Wer ist mein Kunde?**“

Auf der Grundlage der in den ersten beiden Phasen gewonnenen Informationen und Daten **positioniert** sich der Verkäufer in der **dritten Phase** der „**Positionierung**“ mit seinen Produkten. Hier entwickelt er **den besten Weg**, um seine Kunden auch tatsächlich **treffsicher zu erreichen**.

Die **vierte Phase**, die „**Terminierung**“, dient dazu, einen **Termin** mit dem potentiellen Kunden zu bekommen.

Die **fünfte Phase** des Timeline Sellings „**Das Finale**“ besteht schließlich aus dem eigentlichen **Verkaufsgespräch** mit den **dazugehörigen Vorbereitungen** und dem zentralen **Abschluss**.

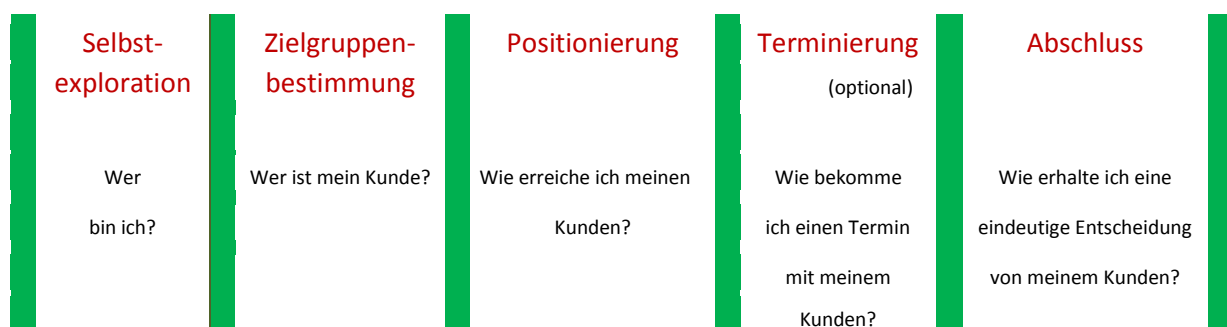


Abb. 1 Timeline Selling, die 5 Phasen

Timeline Selling als Training wurde von uns speziell für **die Verkäufer** entwickelt, die sich entschieden haben, **jetzt ihren Kunden** im Verkaufsprozess **genau das zu geben**, was diese sich heutzutage von einem Verkäufer **wünschen: Menschlichkeit, Echtheit, Sympathie und Vertrauen** im **partnerschaftlichen Kontakt** zwischen Kunden und Verkäufer.

Um den **Bedürfnissen der heutigen Kunden** gerecht zu werden und gleichzeitig ein im Sinne des Verkäufers **optimales Ergebnis** im Abschluss zu erzielen, muss der Verkäufer nach unserer Überzeugung **heute über zwei grundsätzliche Fähigkeiten** verfügen:

- die **menschlich-soziale Fähigkeit** und
- die **verkaufs-strategische Fähigkeit**

Mit den **menschlich-sozialen Fähigkeiten** erzeugt der Verkäufer über die 4 Phasen des Timeline Selling Prozesses **Vertrauen, Sympathie, Begeisterung, emotionale Bindung** und **Bejahung** beim potentiellen Kunden. Diese Beziehungsmerkmale bilden alle gemeinsam die **wesentlichen Voraussetzungen** für einen **positiven Abschluss** des **Verkaufsgesprächs**.

Die **verkaufs-strategischen Fähigkeiten** des Verkäufers befähigen den Verkäufer zum einen die **passenden Werkzeuge** aus seinem Repertoire auszusuchen, um im Timeline Selling Prozess den Kunden auf dem **besten Weg zu erreichen** und qualifizieren ihn zum anderen **im Finale den Bedarf des Kunden** optimal zu **erkennen**, zu **wecken** und **treffsicher** mit seinen Produkten zu **decken**.

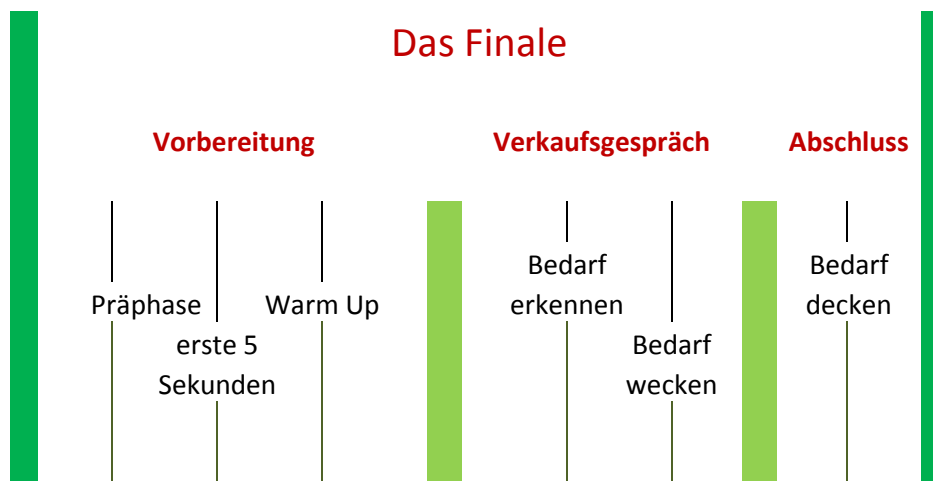


Abb. 2 Timeline Selling, die 4. Phase: Das Finale

Verkaufen auf einer Timeline heißt für uns, **schrittweise** und damit **geordnet** die notwendigen Phasen des Verkaufsprozesses zu durchlaufen. Die **Timeline** ist der **rote Faden**, der dem Verkäufer mit seiner Struktur einen **festen Halt** und **Sicherheit** gibt, damit dieser in den 4 Phasen des Timeline Selling Prozesses aber insbesondere in der 4. Phase „dem Finale“ **individuell** und **flexibel** auf die **Persönlichkeit**, die **Befindlichkeit** und den **Bedarf des Kunden** eingehen kann.

Persönliche Einstellungen/Wahrheiten als Motor für den Verkauf

Neben dem roten Faden gibt es einen weiteren Faktor im Timeline Selling Prozess der maßgeblich für das **Ergebnis** des Verkaufsprozesses **verantwortlich** ist: die **Überzeugungen**, **Glaubenssätze**, oder treffender ausgedrückt, die **Einstellungen/Wahrheiten des Verkäufers**. Diese **Einstellungen** schaffen letztendlich **die Wirklichkeit**, auf deren Grundlage der Verkaufsprozess abläuft.

Sind diese Einstellungen **positiv**, so **verbessern** sie die **Ergebnisse** des Timeline Selling Prozesses, sind sie **negativ**, so **bremsen** sie den Verkaufsprozess und führen letztendlich zu **Einkommenseinbußen beim Verkäufer**.

Die **Einstellungen** des Verkäufers sind wie der **rote Faden** des Timeline Selling Prozesses eine **fest im Prozess verankerte Struktur**, die dem Verkäufer ebenfalls **Halt und Sicherheit** gibt. Sowohl der **rote Faden** des **Timeline Selling Prozesses** als auch die **Einstellungen** des **Verkäufers** unterliegen seiner vollständigen **Kontrolle**. Er alleine ist somit **verantwortlich und ermächtigt** für deren **Gestaltung** und insbesondere **Aufrechterhaltung** im Timeline Selling Prozess zu sorgen.

Grundlage des Timeline Selling Trainings

Wir, die Autoren des Timeline Sellings, sind der **festen Überzeugung**, dass **jeder Mensch** von Natur aus **treffsicher verkaufen** kann, wenn er dies **wirklich will**.

Daraus folgt, dass ein Verkäufer, der nicht die **tatsächlich erreichbaren Ergebnisse** in seinem Verkaufsprozess erzielt, entweder **seine natürlichen Fähigkeiten** zum Verkaufen noch nicht **erkannt** und/oder noch nicht **ausreichend trainiert** hat und/oder dass er **bremsende Einstellungen** zum Verkaufsprozess und sich selber hat.

Ziel und Nutzen des von uns entwickelten **Timeline Selling Trainings** ist es deshalb, die **natürlichen, individuellen Verkaufskompetenzen** der Teilnehmer-innen zu **entdecken** und zu **trainieren** und deren verkaufswichtigen **Einstellungen** so **weiterzuentwickeln**, dass sie den Verkaufsprozess **wirkungsvoll unterstützen**.

Weiterhin vermitteln wir im Timeline Selling Training den **roten Faden** des Timeline Selling Prozesses und **die Werkzeuge** eines **zielgerichteten und treffsicheren Verkaufsprozesses**.

Für **alle Verkäufer**, die mit den **Ergebnissen** ihres Verkaufs **noch nicht wirklich zufrieden** sind, ist dieses **Timeline Selling Training** somit eine **echte Chance**, ihre eigenen **Erwartungen** an sich selber **endlich treffsicher zu verwirklichen**.