



# Spickzettel

## Aufbau Verkaufssimulator



Kapitel  
Blatt

52  
01

Mit diesem Spickzettel können Sie regelmäßige Übungssituationen im Verkaufsalltag einbauen und Vertriebsmeetings von langweiligem „Zahlen vorlesen“ oder „Kaffee-Kränzchen“ befreien. Vielleicht müssen Sie sich Anfangs gegen ein wenig Widerstand durchsetzen, aber die Erfahrung zeigt, dass am Ende der sportliche Ehrgeiz siegt.

1. Legen Sie zunächst die Gesprächssituation fest. Bewährt hat sich die Auswahl aus einer der drei Gesprächssituationen mit den größten Auswirkungen auf den Vertriebs Erfolg:

- Akquisition am Telefon oder auf Messen
- Gespräche mit dem Entscheider
- Preisverhandlungen mit Profi-Einkäufern

2. Informieren Sie Ihre Mitarbeiter, dass Sie im nächsten Vertriebsmeeting mehrere Übungen im „Verkaufs-Simulator“ machen wollen und dass jeder einzelne Mitarbeiter mindestens eine bevorstehende Situationsbeschreibung mitbringen soll, die auf die ausgewählte Gesprächssituation passt.

3. Bereiten Sie den Raum so vor, dass ein Tisch mit zwei Sitzplätzen für alle anderen gut sichtbar ist. Bereiten Sie eine Kamera vor oder bitten Sie die Teilnehmer, das jeder sein Smartphone mit Kamera-Funktion mitbringen soll.

4. Ermitteln Sie den ersten Probanden per Los. Später kann das pro Meeting reihum gehen. Der Mitarbeiter wird mit der Kamera aufgenommen oder gibt einem Kollegen sein Smart-Phone, damit dieser das bevorstehende Gespräch filmt. Der Film wird später NICHT in der Runde vorgeführt, sondern dient nur dem Probanden als zusätzliches unbestechliches Feedback.

5. Jeder Kollege, der nicht direkt am Verkaufs-Simulator beteiligt ist, bekommt einen Feedbackbogen wie auf Blatt 02 dargestellt (Blatt 03 ist eine kurze Anleitung dazu). Diesen Bogen nutzt jeder Zuhörer, um seinem Kollegen mündliches und zusätzlich später schriftliches Feedback geben zu können.

6. Der Proband schildert die Ausgangssituation und instruiert seinen Gesprächspartner. Das kann ein Kollege oder Sie als Führungskraft sein. Hilfsweise wird die Ausgangssituation so angepasst, dass es ein neuer Ansprechpartner ist und die beiden Teilnehmer sich NICHT kennen. Das ist notwendig, weil sonst zu viel Erwartungshaltung in die Übung mitgebracht wird. Dann kann das Gespräch beginnen.

7. Nach dem Gespräch gibt zunächst der Proband selbst Feedback, wie er es empfunden hat und was er künftig ebenso tun würde oder was er besser machen will. Erst dann geben die Zuhörer ihr Feedback. Dabei achten Sie darauf, dass es verwertbare Rückmeldungen sind. Also weniger Urteile wie „ich finde ...“ sondern mehr Verbesserungsvorschläge „besser wäre...“ oder Anerkennung „... merke ich mir für meine künftigen Gespräche“. Zum Schluss machen Sie als Führungskraft evtl. noch nicht gemachte zusätzliche Anmerkungen. Bitte keine Zusammenfassung! Alle Teilnehmer geben dem Probanden ihre Aufzeichnungen (Feedback-Bogen).

8. Der Proband bekommt das Video und der Nächste ist dran. Am Ende der Runden vereinbaren Sie, welche Gesprächssituation Sie beim nächsten Mal behandeln wollen.

**So schaffen Sie ein Klima des stetigen Lernens und werden sich und Ihr Team immer weiter entwickeln.**



# Feedbackbogen Verkaufssimulator



Kapitel  
Blatt

52  
02

Datum:	Name:
Briefing:	

	offen	geschlossen	Latenter Bedarf
Fakten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Problem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Schmerz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Nutzen- Erwartung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Messbarer Nutzen</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Konkreter Bedarf
<b>Allg. Vorteile</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Features</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

--



# Spickzettel

## Anleitung zum Feedbackbogen



Dieser Spickzettel skizziert den Feedbackbogen und wie er benutzt werden sollte.

Datum:		Name:	
Briefing:			
Raum, um die Ausgangssituation zu notieren.			
	offen	geschlossen	Latenter Bedarf
Fakten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Problem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Schmerz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Nutzen- Erwartung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Messbarer Nutzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Allg. Vorteile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Konkreter Bedarf
Features	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Raum für Notizen			

Pro gestellter Frage einen Kreis füllen und zwar links bei offenen und rechts bei geschlossenen Fragen.

Hier die Argumente zählen, die tatsächlich vom Verkäufer im Gespräch genutzt wurden.

Hier die Kundenaussagen zum latenten Bedarf notieren.

Hier die Kundenaussagen zum konkreten Bedarf notieren.