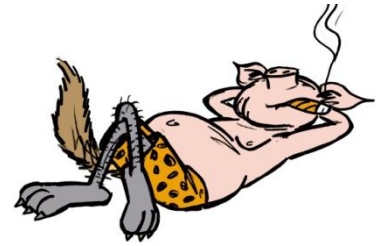


TOLLE LEISTUNG IM AUGUST



SUSANNE STEINMAIR
€ 217.609,--



RUPRECHT ZUPAN
€ 102.373,--



Leistung entsteht nicht aus Selbstvertrauen.

Sondern Selbstvertrauen entsteht aus Leistung.

Stammt von einem Arzt.
Ungerechtfertigt hohes Selbstvertrauen bringt zu Fall.

WIE DER KUNDE DENKT UND FÜHLT

REDEN SIE VON SICH

Erzählen Sie dem Kunden etwas über sich selbst. Erzählen Sie ihm, dass Sie eine Familie haben, wo Sie herkommen und wie Sie leben. Dadurch wird der Kunde entspannter und er fühlt sich verpflichtet, Ihnen im Gegenzug auch etwas über sich zu erzählen. Der Kunde wird Ihnen nicht zuhören, wenn er den Eindruck hat, Sie seien nur auf die Provision aus. Ein Kunde will gemocht und anerkannt werden. Er möchte das Gefühl haben, er gehöre zum Kreis Ihrer Freunde. Der Kunde muss Ihnen von Anfang an vertrauen, und das können Sie erreichen, indem Sie ihm ein wenig von Ihrer eigenen Lebensgeschichte preisgeben. Der Kunde wird so das Gefühl haben, dass diese Anteilnahme etwas Besonderes ist und, dass Sie ihn wichtig nehmen.

BITTEN SIE DEN KUNDEN, ETWAS ÜBER SICH ZU ERZÄHLEN

Wir sollten dem Kunden Fragen über seinen Beruf, seine Familie, seinen häuslichen Bereich stellen. Wir werden allerdings nur dann alle gewünschten Antworten erhalten, wenn echtes Interesse, Verständnis und Anerkennung für den Kunden da ist, ohne dabei neugierig zu erscheinen. Wenn jedoch der geringste Anflug einer „Es-ist-mir-eigentlich-egal“-Einstellung zu erkennen ist, ist alle Mühe umsonst gewesen. Der Kunde durchschaut diese Unaufrichtigkeit im Bruchteil einer Sekunde.

Wenn wir dem Kunden Fragen stellen, sollten wir auf jeden Fall die Familie des Kunden mit einbeziehen. Niemanden auslassen, denn die eine Person, die vielleicht nicht ins Gespräch mit einbezogen wird, wird das Geschäft zum Absturz bringen, jedes Mal und unweigerlich.

Talent ist unbedeutend.

Dies mag provokant wirken. Der Satz stammt aber von Albert Einstein, und ich kann ihn zu 100% bestätigen. Was nützt Talent, wenn einem die Fähigkeit fehlt, konsequent an sich zu arbeiten, diszipliniert und fokussiert zu sein, sich nicht entmutigen lassen und Leidenschaft zu entwickeln?

DAS GEMEINSAM VERBINDENDE

Wenn wir zum ersten Mal einem Kunden begegnen, sollten wir einen gemeinsamen Nenner mit ihm finden, zum Beispiel die Kinder, geschäftliche Neuigkeiten, Sport, eine Krankheit in der Familie usw. Jedes beliebige Thema ist geeignet. Allerdings muss diese Gemeinsamkeit schon früh gefunden werden.

Denn wir erreichen damit, dass sich der Kunde entspannt und, dass das Produkt beim Kunden vorerst an zweite Stelle tritt. Der Kunde wird dann seine Abwehrhaltung etwas lockern, denn schließlich handelt es sich jetzt um ein Thema, das nicht mit dem Geschäft zu tun hat, so dass er sich nicht defensiv verhalten muss. Dieser gemeinsame Nenner dient im späteren Verlauf als Vertrauensbasis, von der aus der Abschluss angesteuert werden kann.



1001 WORTE AN DIE FRAU

Wenn Sie ein Kundenteam vor sich haben (zum Beispiel ein Ehepaar) und 1000 Worte an den Mann richten, sollten Sie zu dessen Frau unbedingt 1001 Worte sagen. Beim Verkauf ist die Frau meistens der wichtigere Teil des Ehepaars. Denn welcher Mann würde es ablehnen, ein Produkt zu kaufen, wenn seine Frau es ernsthaft haben wollte?

Man kann sogar so weit gehen, dass nur mit der Frau gesprochen wird und zum Mann kein einziges Wort. Das klingt vielleicht absurd, aber es funktioniert. Kein Mann würde einen Fremden mit seiner Frau sprechen lassen und dabei nicht jedes Wort hören, das gesagt wird. Glauben Sie mir:

Selbst wenn der Mann desinteressiert wirkt, hört er zu – und zwar intensiv. Wenn wir mit einem Ehepaar sprechen, sollten wir 49 Prozent der Worte an den Mann und 51 Prozent an die Frau richten.



PROFIT mit FIT!

Euer Gerd Steinmair

DIE GEHEIME REGEL

Sie besteht aus vier Prinzipien, die wenn sie richtig angewendet werden, einen Verkauf nie scheitern lassen:

- PRINZIP 1:** Um zu erreichen, dass der Kunde uns mag, müssen wir zuerst den Kunden mögen.
- PRINZIP 2:** Wenn der Kunden uns mag, wird er hören, was wir zu sagen haben.
- PRINZIP 3:** Wenn der Kunde uns zuhört, wird er uns auch glauben.
- PRINZIP 4:** Wenn der Kunde uns glaubt, wird er auch kaufen.

Das ganze Geheimnis steckt also in den vier Worten:

MÖGEN, ZUHÖREN, GLAUBEN UND KAUFEN.

MAN BRICHT EINE REGEL NICHT, BEVOR MAN SIE VERSTANDEN HAT!
„Regeln sind wie Autoritäten: Sie müssen geprüft und hinterfragt werden.
Wichtig ist zu wissen, wann man welche Regel bricht.
Das zu erkennen ist das Merkmal erfolgreicher Menschen.“

IMPRESSUM

FIT Finanz- u. Anlageberatung Gesellschaft m.b.H. & Co.KG

Novaragasse 4/4
4020 Linz
UID-Nummer: ATU58656779
Firmenbuchnummer: 22025s
Firmenbuchgericht: Landesgericht Linz
Behörde gem. ECG: Magistrat der Stadt Linz

FIT-REAL Realitätenvermittlungs-, Finanz- und Anlageberatung Ge- sellschaft m.b.H.

Novaragasse 4/4
4020 Linz
UID-Nummer: ATU58421611
Firmenbuchnummer: 84901f
Firmenbuchgericht: Landesgericht Linz
Behörde gem. ECG: Magistrat der Stadt Linz