



LOKALRUNDFUNKTAGE NÜRNBERG 6. - 7. JULI 2010

PRESSEMITTEILUNG, 07. Juli 2010

Mission: Profit! Verkaufen um jeden Preis war gestern I + II, 10:00 – 12:30 Uhr

Mehr Umsatz in Krisenzeiten

(ag) Profitseller nennt Thomas Burzler jene besonders erfolgreichen Verkäufer, die bei jedem Abschluss das gewisse „Quantum mehr Gewinn“ erzielen. Sie haben dabei gleichermaßen den Profit des Unternehmens, als auch den der Kunden stets im Blick. Wie Profitselling, selbst in den schwierigen Zeiten der Finanzkrise, für Vermarkter in der Medienbranche funktionieren kann, demonstrierte Vertriebsexperte Burzler auf den Nürnberger Lokalrundfunktagen.

Man ist sich einig: 2010 ist ein Krisenjahr. Der Kostendruck steigt, auch in der Medienbranche. „Aber ist deswegen die Werbeminute tatsächlich weniger wert?“ fragte Thomas Burzler zu Beginn seines Vortrags provokant, um gleich darauf mit einem entschiedenen „nein“ zu antworten. Gerade in schwierigen Zeiten gelte es für Verkäufer in Verhandlungen „optimistisch, menschlich und strategisch“ aufzutreten. Nachlässe und Rabatte quasi in vorauseilendem Gehorsam ad-hoc zu gewähren, sei grundverkehrt. Schließlich gehe es nicht darum das Geld unserer Kunden zu sparen.

Der Profitseller forderte stattdessen selbstbewusstes Auftreten und Proaktivität in Verkaufsverhandlungen. Es gelte sich stets vor Augen zu halten, dass der Vertrieb ein psychologisch hochkomplexes Spiel sei. So müsse beispielsweise „jeder Nachlass erklärbar sein und der Kunde muss das Gefühl haben ihn sich erkämpft zu haben“. Andernfalls würden selbst die höchsten Rabatte den Kunden nicht zufrieden stellen.

Mit der richtigen Einstellung, so Vertriebsexperte Burzler, ließen sich auch in Krisenzeiten beachtliche Margen erzielen. Verkaufsverhandlungen würden immer die Chance auf mehr Profit bieten und als solche müssen sie auch begriffen werden.

Verfasser: Adrian Gerlitsch

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.lokalrundfunktage.de.