

Vorbereitung auf ein Online-Verkaufsgespräch

CHECKLISTE

1. Technische Vorbereitung

- Stabile Internetverbindung sichergestellt
- Kamera und Mikrofon getestet und funktionieren einwandfrei
- Software (Zoom, Microsoft Teams o. Ä.) installiert und ausprobiert
- Bildschirmfreigabe geübt (für Präsentationen oder Produktdemos)
- Hintergrund ist neutral, ordentlich und professionell (oder virtuellen Hintergrund nutzen)
- Beleuchtung: Gut ausgeleuchtet, keine Schatten im Gesicht
- Laptop/Computer geladen oder Stromanschluss in der Nähe
- Kopfhörer/Mikrofon für klare Audioqualität (falls notwendig)

2. Räumliche Vorbereitung

- Ruhe: Ort gewählt, an dem keine Störungen oder Ablenkungen vorkommen
- Notizen und Unterlagen griffbereit (Agenda, Produktinfos, Preisinformationen)
- Handy auf lautlos oder in den Flugmodus gestellt

3. Inhaltliche Vorbereitung

- Produktkenntnis: Alle relevanten Informationen zum Produkt oder zur Dienstleistung im Kopf
- Kundeninformationen recherchiert (Bedürfnisse, Branche, spezifische Anforderungen)
- Zielgruppe klar definiert und analysiert
- USP (Unique Selling Proposition): Klar formuliert, warum das Produkt einzigartig ist
- Preisstruktur und Angebote durchdacht (inkl. Rabatte, Zahlungsbedingungen)

4. Gesprächsstruktur planen

- Begrüßung: Freundliche Einleitung vorbereitet
- Bedarfsanalyse: Offen Fragen notiert, um die Bedürfnisse des Kunden zu ermitteln
- Präsentation des Produkts: Klare Argumente, wie das Produkt die Bedürfnisse des Kunden erfüllt
- Preisvorstellung und Konditionen vorbereitet
- Einwandbehandlung: Typische Kundenfragen und Einwände überlegt und Antworten vorbereitet
- Call-to-Action: Konkretes Ziel des Gesprächs definiert (z. B. Angebotsversand, nächstes Treffen)

5. Selbstpräsentation

- Körpersprache geübt (aufrechte Haltung, Lächeln, Augenkontakt durch die Kamera)
- Stimme und Sprachtempo angepasst (klar, ruhig, freundlich)
- Einsatz von Körpersprache: Hände sichtbar, offenes und freundliches Auftreten

6. Backup-Plan für technische Probleme

- Kontaktinformationen des Kunden parat (Telefonnummer, E-Mail) für Notfälle
- Alternative Tools (z. B. Telefon, andere Videokonferenz-Software) überlegt, falls das Haupt-Tool ausfällt

7. Nachbereitung

- Nach dem Gespräch: Wichtige Punkte notieren
- Follow-up planen: E-Mail zur Zusammenfassung oder ein erneutes Gespräch vorbereiten
- Dankesnachricht an den Kunden vorbereitet (z. B. per E-Mail)