

**Verkaufstraining für Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen Direktvermarktung
Ausbau und Stärkung der regionalen Vermarktung durch Kooperation - Workshopreihe für
Führungskräfte sächsischer Direktvermarkter- Aufbaukurs**

STAATSMINISTERIUM
FÜR ENERGIE, KLIMASCHUTZ,
UMWELT UND LANDWIRTSCHAFT

 Freistaat
SACHSEN

**Wissenstransfer zur Verbesserung der
Wirtschaftsleistung landwirtschaftlicher Betriebe**
mit dem Ziel der Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der Landwirtschaft

im Rahmen des

  Entwicklungsprogramm
für den ländlichen Raum
im Freistaat Sachsen
2014 - 2020

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete

www.eler.sachsen.de

Vorhaben: Ausbau und Stärkung der regionalen Vermarktung durch Kooperation - Workshopreihe für Führungskräfte sächsischer Direktvermarkter



Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete

Zuständig für die Durchführung der ELER-Förderung im
Freistaat Sachsen ist das Staatsministerium für Energie,
Klimaschutz, Umwelt und Landwirtschaft, Referat
Förderstrategie, ELER-Verwaltungsbehörde

Verkaufstraining für Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen Direktvermarktung
Ausbau und Stärkung der regionalen Vermarktung durch Kooperation - Workshopreihe für
Führungskräfte sächsischer Direktvermarkter- Aufbaukurs



♥ -lich Willkommen zum Impulsworkshop

**Verkaufstraining für Mitarbeiter und
Mitarbeiterinnen Direktvermarktung**

mit Konstanze Töpel, Verkaufspraxistrainerin seit 1992 in Deutschland
Büro: Tel./Fax. 036626 29193, Funk 01728196002 www.kt-beratung.de



Expertise “31 Jahre die Kunden im Herzen” Stand 04.11.2024

- Lehre als Fleischer mit Schlachtausbildung in Thüringen/Deutschland
- Studium mit Abschluss Diplom - Fleischtechnikerin
- **Seit 1992** freiberufliche Trainerin im breiten Spektrum Kommunikation, Marketing, Werbung, Verkauf, Produktentwicklung mit Schwerpunkt Fleischerei, Partyservice, Imbiss
- Fachvorführungen auf Messen (SÜFFA, FLEIFA seit 1996 ,IFA2004 2008, 2012 GÄSTE 2003/2005/2007/2008/2009/2011/2013/ „Iss gut Leipzig“ 2015/17/ 19/ 21/ 23/24)
- 1999 Mitglied Interessengemeinschaft für gesunde Lebensmittel e. V.
- Seit 1999 individuelles Marketing - Coaching für Fleischerei, Feinkost, Partyservice, Bistro und Direktvermarktung
- **Seit 2000** individuelles Personaltraining für verschiedene Leitungsebenen zur Optimierung der Persönlichkeitsentwicklung für Mittelstandsbetriebe
- 2004 Filialkonzeptentwicklung
- Beratung mit Schwerpunkt Generations-, oder Betriebskonfliktlösungen
Personaltraining in allen Leitungsebenen
- **2004 Erfolgreiche Teilnahme an der „ Olympiade der Köche“ in der Kategorie D/1 Chinesische Obst- und Gemüseschaudekoration / Gold Medaille**
- **Fachvorführung anlässlich der IKA Internationalen Olympiade der Köche in Erfurt 2008/ 2012 / 2016 mit 30 Personen im Bereich Kochartistik, Organisation verschiedener Showschnittseminare in Zusammenarbeit mit Herr Wang Xiang**
- 2009 zertifiziert nach AZWV, TÜV Thüringen
- 2010 Slow – Food u. Food Watch
- 2010 Berater im Pool der L- Bank Baden Württemberg
- 2014 Beraterin für das ESF Programm Unternehmenswert Mensch
- 2015 Zusatzausbildung mit Abschluss Personal u. Organisations- / Prozessberatung
- 2016 Thüringer Ministerium Mitarbeit Fleisch Programm „Weidewonne“
- 2016 Mitbegründerin einer Ökomarktgemeinschaft Thüringen und Sachsen
- 2016 IKA Olympiade der Köche in Erfurt: Teilnahme/ Bühnenshow und Messestand mit Workshop im Auftrag der Messe Erfurt.
- 2017 Re-Zertifizierung nach AZAV TÜV Thür.
- 2017 Messe Innsbruck FAFGA 17 ALPINE SUPERIOR Stand, Show und Seminare
- 2017 Dezember Eröffnung www.graefenbruecker-eventhof.de mit
• „MIT MACH Küche“
als Trainingszentrum rund um gesunde Ernährung mit Fleisch
- **2018** Kommunikations- und Verkaufstraining in Theorie und Praxis, am Kochtopf für DEKRA Thüringen, IHK Gera Physiotherapie, Häusliche Krankenpflege, Kosmetikstudios, Autohäuser, usw. BVMW
- **2019** Seminare für Endverbraucher, Motto: „Wie erkenne ich gutes und anderes Fleisch?“ Lebensmittel, Zusatzstoffe, Kinderernährung
- **2023 Neues Coaching-Angebot „PUSH DEIN BUISNESS!“**
- **2024 Autorisierung als INQA- Coach im Programm INQA Coaching**
- **2024 Teilnahme an Weiterbildung und Erfahrungsaustausch der INQA Coaches**
- **2024 2 Kunden erfolgreich abgeschlossen 2 Kunden in Planung**

Was ist los am Markt?

1. Betriebskosten steigen um das Vielfache
2. Gigantische Preissteigerung der Rohstoffe in den letzten Jahren
3. Kundenkrise, fallende Umsätze durch Sparmaßnahmen
4. Austauschprodukte aus Schlachtabfällen zur
Wurst- und Schinkenherstellung werden von d. Industrie intensiver verwendet.
5. Fleisch aus der Petrischale In Vitrofleisch ist 2024 am Markt
6. Vegetarische Produkte werden verstärkt beworben.
7. Ansteigende allergische Reaktionen u. Krankheiten
8. „Geiz ist noch geiler“ bei Lebensmitteln
9. Qualitätsfleischprogramme stehen unter Druck
10. Nutriscore ist am Produkt nicht nachweisbar.
11. Regionalität wird durch die Energiekrise wieder zurück gedrängt.



Was können wir als Direktvermarkter bieten?

1. Vertrauen in die Handwerksqualität
2. unvergleichbare Produkte in allen Warengruppen
3. Herkunftsgesicherte Rohstoffe lokaler Zulieferer
4. Regionale Produkte in großer Vielfalt + Abwechslung
5. Fleischgerichte für die schnelle Küche aus rohfrischen Produkten mit traditionellem Geschmack
6. Produkte mit geringen Mengen an Zusatzstoffen, **ohne Austauschprodukte aus Schlachtabfällen u. tierischen Proteinen**
8. absolute Frische durch täglich Belieferung
9. Fachkundige Kundenberatung u. Bedienung
10. umfangreiches Zusatzsortiment, wie Imbiss, Partyservice, Lieferservice, Internetversand usw.



Konsumentenentwicklung **Schwerpunkt Einzelhandel und Dienstleistung**

Kundentypen werden wie folgt differenziert:

1. Trendsensible:

Konsumfreudige und genussorientierte Verbraucher mit starken Interesse an Prestigemarken und der Bereitschaft zu innovativen Produkten und schönen Design.

2. Biokonsumenten:

Mit ausgeprägten Interesse am Kauf von umweltfreundlichen und naturreinen Produkten und der Bereitschaft, für solche Produkte auch mehr Geld auszugeben.

3. Preisleistungskäufer:

Mit hohem Qualitätsbewusstsein und starkem Interesse an detaillierten Produktinformationen (z.B. Warentests, Internet) und vergleichsweise hohe Preissensibilität.

4. Billigkäufer:

Aus finanziellen Gründen, aber auch aus Bequemlichkeit, ohne besonderes Umweltbewusstsein.

Verkaufstraining für Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen Direktvermarktung
Ausbau und Stärkung der regionalen Vermarktung durch Kooperation - Workshopreihe für
Führungskräfte sächsischer Direktvermarkter- Aufbaukurs



Folgende Fragen zeigen Interesse!

So fragen Sie richtig!

- Was möchten Sie gerne?
- Was wünschen Sie bitte?
- Was darf ich Ihnen geben?
- Welchen Wunsch haben Sie?
- Was haben Sie für einen Wunsch?
- Was darf ich Ihnen heute zeigen?
- Was darf ich Ihnen heute anbieten?
- Von welchem Schmeckerchen darf es denn heute sein?
- Was darf ich außerdem noch anbieten?
- Was darf ich Ihnen außerdem noch geben?
- Was darf ich Ihnen zusätzlich noch anbieten?
- Was darf ich Ihnen noch geben?
- Was wünschen Sie außerdem noch?
- Was wünschen Sie sonst noch?
- Was haben Sie sonst noch für einen Wunsch?
- Welchen Wunsch haben Sie noch?
- Welchen Wunsch haben Sie sonst noch?
- Welchen Wunsch haben Sie außerdem?
- Wovon sonst noch etwas?
- Wovon noch zusätzlich etwas?
- Wovon darf ich Ihnen außerdem noch anbieten?

.....
.....
**Folgende Äußerungen verraten eine schlechte Beobachtungsgabe beeinflussen,
negativ das Verkaufsgespräch!**

- | | |
|----------------------------------|----------------------|
| Der Nächste... | Wars dann noch was? |
| Wer ist der Nächste? | Was noch dazu bitte? |
| Bitte? | Wovon noch bitte? |
| Wars das? | |
| Wars das für heute? | |
| Reicht Ihnen das? | |
| Wir haben heute nur... | |
| Nur ein Blick und sonst nicht... | |



Einstiegsfragen im Verkaufsgespräch an der Theke

Kunde weiß nicht was er haben möchte!

- „Möchten Sie etwas Neues ausprobieren?“ bei.....gibt es
- „Darf es etwas Besonderes sein? Z.B.?“
- „Kosten Sie doch einmal von?“
- „Was gefällt Ihnen denn Besonders?“ (Blickkontakt halten!)
- „Möchten Sie gerne davon(Ware zeigen) probieren?“

Während des Verkaufsgesprächs einzusetzende W-Fragen (richtig formuliert kann der Kunde nicht NEIN sagen)

- „Welchen Wunsch haben Sie heute?“
- „Wovon hätten Sie noch gerne?“
- „Was hätten Sie noch gerne?“
- „An was haben Sie noch gedacht?“
- „Was gefällt Ihnen noch?“
- „Wovon möchten Sie noch gerne probieren?“
- „Worauf haben Sie noch Appetit?“
- Darf es zu eine besondere, schnelle, herzhafte usw. Beilage sein?
- Haben Sie in unserem Feinschmecker-Flyer gelesen.....?“

Mit welchen Fragen kann ich den Kunden mit wahrer Herzlichkeit begeistern?

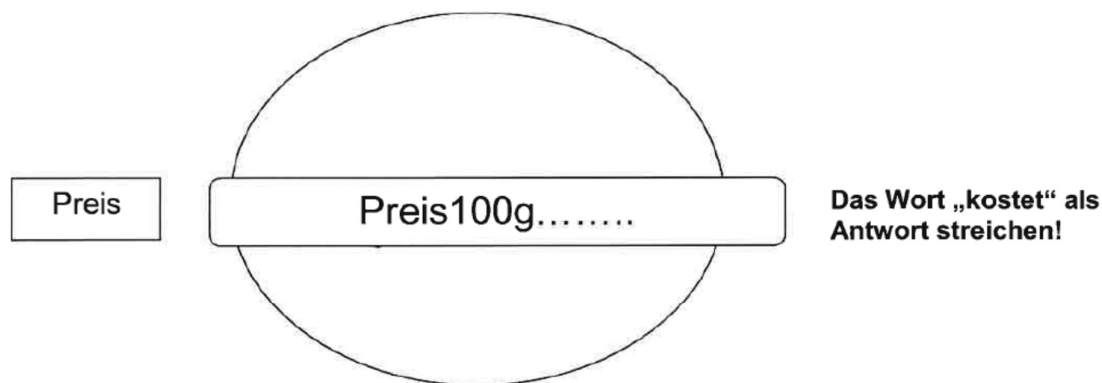
- „Was hätten Sie gerne?“, „Was hätten Sie heute gerne?“
- „Haben Sie schon gewählt?“, „Haben Sie schon etwas gefunden?“
- „Was wünschen Sie?“, „Was darf's Gutes sein? Wir können ihnen..... anbieten!“
- „Auf was haben Sie heute Appetit?“, „Haben Sie schon eine bestimmte Vorstellung?“
- „Was darf es heute besonderes sein, Frau?“
- „Haben Sie schon etwas ausgesucht?“, „Haben Sie schon entschieden?“
- „Wissen Sie schon was Sie möchten, oder darf ich Ihnen etwas anbieten?“
- Für was haben Sie sich entschieden?“
- „Welchen Wunsch haben Sie?“
- „An was haben Sie gedacht?“
- Auf was freut sich Ihre Familie heute?“
- Sehr gern hole ich Ihnen ein weiteres Stück..... aus unserem Kühlhaus!“



Preisargumentation

z.B. was kostet bei Ihnen

Falsch ist, wenn man nur den Preis nennt!



Der Kunde merkt sich die zuletzt gesagte Aussage!

Bevor wir einen Preis nennen, nennen wir ein Argument für dieses Produkt und nachdem wir den Preis genannt haben, nennen wir noch ein Argument für dieses Produkt.

⇒ **Das schlagende Argument ist am Schluß zu nennen.**