

Franchisenehmer*innen (für sich) gewinnen

Teil 2: Erfolgreich verkaufen

Carina Dworak

SYNCON[®]

International Franchise Consultants



SYNCON-FRANCHISE.COM



9 Schritte

1. Meine Einstellung
2. Vorbereitung
3. Gesprächseinstieg
4. Bedarf erfragen
5. Präsentation
6. Einwand / Vorwand
7. Preis
8. Abschluss
9. Follow up

1. Meine Einstellung

3 Kompetenzen im Verkauf

Sozialkompetenz

netter Mensch

Fachkompetenz

Experte

Abschlusskompetenz

Mut zur Entscheidung (Einstellung) .

Ethik im Verkauf

Positive Einstellung

Ich bin OK - Du bist OK - Mein Produkt (Leistung) ist OK

Prozess des Gebens und Nehmens

Nachhaltigkeit

Was braucht mein (potenzieller) Interessent wirklich?

Augenhöhe .

USP

Unique Selling Proposition Alleinstellungsmerkmal

Herausragendes Leistungsmerkmal,
mit dem Sie sich von Mitbewerbern abheben .

USP & QM

Qualitätsmerkmal

Kein USP und doch ein herausragendes Merkmal .

Eure **USPs** & QMs

- X
- X
- X
- X
- X
- X
- X
- X
- X
- X
- X
- X
- X

Professionelles Feedback

Sandwich-Technik:

Besonders gefallen hat mir ...

Kritik/Anregung in Ich Botschaft

Daraus gelernt habe ich? .

Professionelles Feedback

Zusätzlich wichtig:

Feedback persönlich geben

Feedback soll konkret und förderorientiert sein

Keine Rechtfertigungen

Für Übenden nur: **DANKE** 😊 .

1. Telefonat

Zeitnah

Langsame Vorstellung

Ziel des 1. Telefonates

Eine Frage stellen.

Franchisenehmer (für sich) gewinnen

Teil 2 / Tag 2: Erfolgreich verkaufen

Carina Dworak

9 Schritte

1. Meine Einstellung

2. Vorbereitung

3. Gesprächseinstieg

4. Bedarf erfragen

5. Präsentation

6. Einwand / Vorwand

7. Preis

8. Abschluss

9. Follow up

2. Vorbereitung

(Besuch-/Termin)Vorbereitung rechnet sich ...

Wichtiges über den Bewerber / Gesprächspartner

Bewerbergespräch

- > Welche Unterlagen benötige ich? (und Anzahl)
- > Wie steige ich ins Gespräch ein?
- > Welche Bedarfsfragen stelle ich?
- > Wie präsentiere/informiere ich?
- > Welche Einwände können kommen?

Gesprächsziel (+ Minimalziel).

Besuchsvorbereitung mit Google & Co

Für den Vertrieb zwei entscheidende Suchfunktionen:

Funktion: WEB

Auch viel Privates
über den Gesprächspartner

Funktion: NEWS

Kombination aus „Name + Firma“
Ergebnis der letzten 14 Tage aus über
700 Tages- und Fachzeitungen .



9 Schritte

1. Meine Einstellung

2. Vorbereitung

3. Gesprächseinstieg

4. Bedarf erfragen

5. Präsentation

6. Einwand / Vorwand

7. Preis

8. Abschluss

9. Follow up

**Vertrauensvolle
Atmosphäre schaffen.**

Vertrauensvolle Atmosphäre schaffen

Bewerber einladen

Firma zeigen

Gastfreundschaft

Mitarbeiter Dialog ermöglichen

Ordnung & Sauberkeit

„Hunger“ ...

Rahmen abstecken.

Videoübung: Bewerbergespräch

Vorbereitung

Bewerber – Rolle erklären

Gesprächseinstieg

Interesse wecken

Videodauer 4 Minuten

Feedback

Beachten: Atmosphäre schaffen,
Offene Fragen, aktiv hinhören

2 Durchgänge

9 Schritte

- 1. Meine Einstellung**
- 2. Vorbereitung**
- 3. Gesprächseinstieg**
- 4. Bedarf erfragen**
5. Präsentation
6. Einwand / Vorwand
7. Preis
8. Abschluss
9. Follow up

4. Bedarf erfragen/Eignung checken

Bewerber qualifizieren

Bewerber „wirklich“ kennen lernen

Wie tickt mein Bewerber

Wie trifft er Entscheidungen

Interesse wecken und verstärken

Zusatzinformationen erhalten .

Wie Sie herausfinden ob ein Kandidat zu Ihnen passt?

Gruppenarbeit:

Flipchart

Gruppensprecher präsentiert

8 Minuten Zeit .



Wie Fragen zum Ziel führen!

5 Fragearten

1. Geschlossene Fragen

2. Offene Fragen

3. Rückkoppelungs-/ Verständnis- Konkretisierungsfragen

4. Alternativfragen

5. Suggerierte Fragen



1. Geschlossene Fragen

Die Antwort kann nur „Ja“ oder „Nein“ sein

Geeignet für z.B. „Ja-Straße“

Wirkt einengend

Kaum Informationsgewinn

Suboptimal für Bewerbergespräch .

2. Offene (öffnende) Fragen

Befragter bekommt keine Antwort vorgegeben

Befragter „muss“ fast frei formulieren

Geeignet für Bewerbergespräch

Gedankenprozess beim Befragten wird stimuliert

Hoher Informationsgewinn .

2. Offene (öffnende) Fragen

Offene Fragen sind meist „W–Fragen“:

- Wer ?
- Wie ?
- Wo ?
- Wann ?
- Was ?
- ~~• Warum ?~~

3. Rückkoppelungsfragen bzw. Verständnisfragen

„Wenn ich Sie richtig verstehe, möchten Sie?“

„Sie sagten, dass Ihrer Erfahrung nach?“

Geeignet für „aktives Zuhören“

Signalisiert Interesse am Bewerber.

3. Konkretisierungsfragen

„Wie genau meinen Sie, dass ...“

„Welche Erfahrungen haben Sie persönlich gemacht?“

„Was konkret verunsichert Sie ..“

„Wie oft ist schon XXX passiert?“

Signalisiert Interesse am Gegenüber .

4. Alternativfragen

„Möchten Sie noch in diesem Jahr selbstständig werden oder erst im nächsten Jahr?“

Geeignet für den Abschluss

Gefahr der Manipulation!

Beziehungsebene kann gestört werden

Bewerber wird evtl. verunsichert .

5. Suggestivfragen

~~Finden Sie nicht auch, dass Sie diese Gelegenheit sofort nutzen sollten?~~

Suggestivfragen haben im professionellen Franchisenehmer-Bewerberggespräch nichts verloren .

Tipps fürs aktive zu- (hin-) hören

Blickkontakt

Nicken

„Soziales Grunzen!“mmh, ...mmh

Lächeln (wenn angebracht)

Notizen machen

Aussagen wiederholen (wörtlich)

Fragen stellen

Körpersprache spiegeln .

Videoübung: Persönliches Bewerber-Gespräch

Vorbereitung

Bewerber – Rolle erklären

Gesprächseinstieg ist bereits erfolgt

Herausfinden, ob Bewerber passt

Videodauer 6 Minuten

Feedback

Beachten: Atmosphäre,
Offene Fragen, aktiv hinhören

2 Durchgänge

Bewerber-Fragenkatalog erstellen

Einzelarbeit:

Anforderungsprofil als Grundlage

„Fragetrichter“-Logik (vom Großen zum Kleinen)

Reihenfolge der Fragen

Dauer: 4 Minuten .

Videoübung: Persönliches Bewerber-Gespräch

Vorbereitung

Bewerber – Rolle erklären

Gesprächseinstieg erfolgt

Herausfinden, ob Bewerber passt ?

Videodauer 6 Minuten

Feedback

Beachten: Atmosphäre,
Offene Fragen, aktiv hinhören

2 Durchgänge

9 Schritte

- 1. Meine Einstellung**
- 2. Vorbereitung**
- 3. Gesprächseinstieg**
- 4. Bedarf erfragen**
- 5. Präsentation**
6. Einwand / Vorwand
7. Preis
8. Abschluss
9. Follow up

5. Präsentation

System Bewerber-gerecht präsentieren

Eigene Vorbereitung

Welche Unterlagen benötige ich (visualisieren)

Bewerber Struktur geben

Bewerber-relevanten Punkte besprechen

Merkmale mit Nutzen verbinden

Dialog statt Monolog .

MNC-Technik (VBC®)

Merkmal:

Eine Eigenschaft unseres Franchiseangebotes, unseres Leistungspaketes

Nutzen:

Welchen Nutzen/Vorteil bringt das dem Bewerber?

Checking ? :

Nachfragen, ob der Nutzen auch als solcher gesehen wird .

„Argumente“ für Ihr System

Beispiele:

Hoher Standardisierungsgrad

Bereits xy Standorte

Seit vielen Jahren am Markt

Intensive und partnerschaftliche Betreuung und Unterstützung

Nutzen daraus formulieren .

7 Kaufmotive

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung .

MNC-Technik (VBC®)

Merkmal:

Bei der Eröffnung kommt für 2 Tage zur Unterstützung und Schulung unser Partnermanager in Ihren Standort

Nutzen:

Damit haben Sie und Ihr Team Sicherheit, daß von Beginn an alles optimal läuft

Checking ? :

Wie klingt das für Sie? .

Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung

Weniger Belastung mit
Nebentätigkeiten –
Weniger Stress

Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung

Ihr unternehmerisches Risiko
ist geringer.

Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung

Wir achten auf Ihren
Deckungsbeitrag.

Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung

Durch laufendes Controlling
erkennen wir Schwachstellen
rechtzeitig.

Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

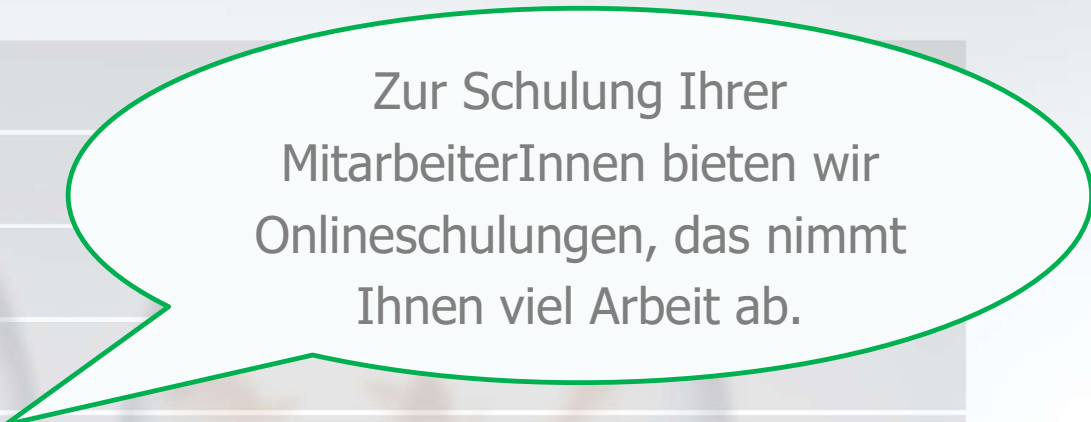
Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung



Zur Schulung Ihrer
MitarbeiterInnen bieten wir
Onlineschulungen, das nimmt
Ihnen viel Arbeit ab.

Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

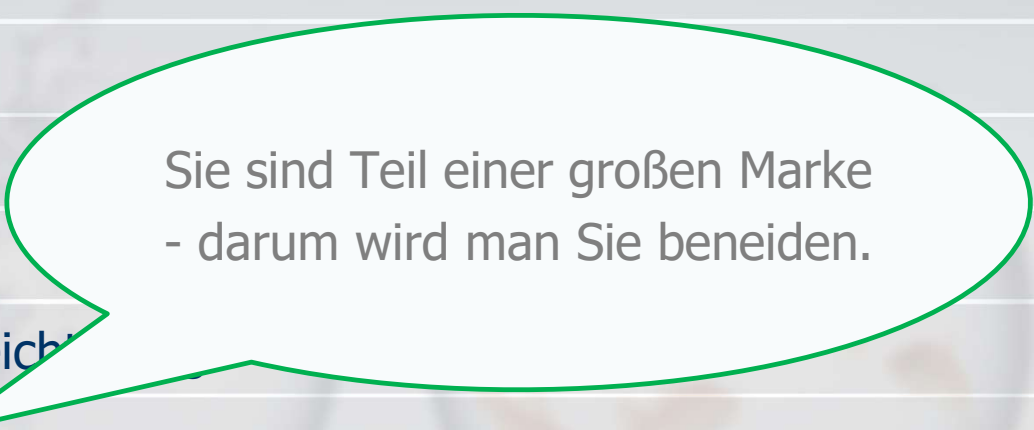
Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung



Sie sind Teil einer großen Marke
- darum wird man Sie beneiden.

Motivorientiertes Argument

Gesundheit

Sicherheit & Schutz

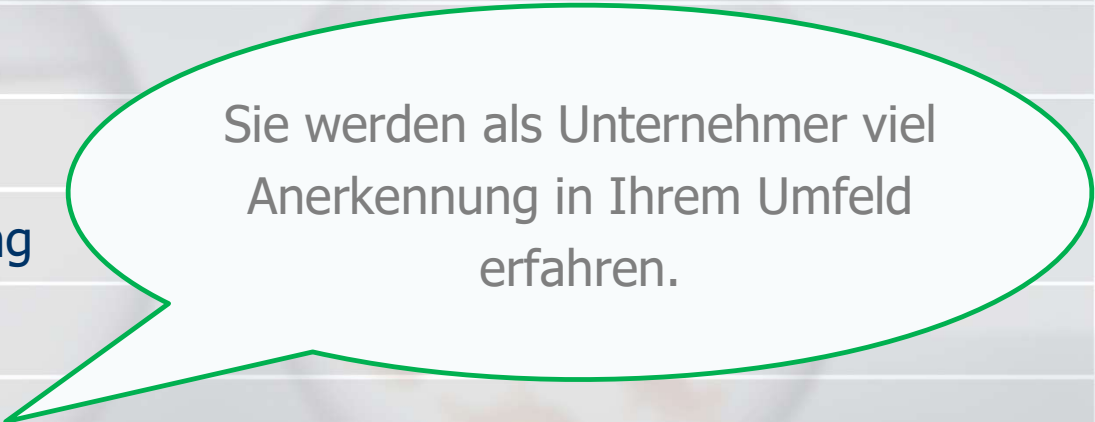
Gewinnstreben

Angst vor Verlust (€)

Bequemlichkeit & Erleichterung

Eigentumsstolz

Emotionale Befriedigung



Sie werden als Unternehmer viel
Anerkennung in Ihrem Umfeld
erfahren.

9 Schritte

- 1. Meine Einstellung**
- 2. Vorbereitung**
- 3. Gesprächseinstieg**
- 4. Bedarf erfragen**
- 5. Präsentation**
- 6. Einwand / Vorwand**
7. Preis
8. Abschluss
9. Follow up

6. Einwand / Vorwand

Was sind Einwände ?

Einwände

Das werde ich noch mit
meiner Frau / meinem Mann
besprechen.

Vorwände

Das werde ich noch mit
meiner Frau / meinem Mann
besprechen.

Was sind Einwände ?

Einwände sind Stoppschilder!



Noch haben mich Produkt / Argumente nicht überzeugt

Noch fehlen Informationen / Beweise

Noch fehlt mir Vertrauen in das System, die Firma / Lösung .

„Noch“ ist nichts verloren!

Einwände sind normal

Bewerber/in zeigt Interesse

Bewerber/in ist gedanklich bei der Sache



Einwände sind KAUFSSIGNALE !! .

Einwände

Eure Beispiele, Online-Vorbereitung

- Zu hohe Investition
- Schlechte, unsichere Marktbedingungen (Gas/Strom, Inflation,...)
- Viele Mitbewerber am Markt
- Fehlender Mut für Selbständigkeit
- Zu hohes Risiko

Welche Einwände in der Praxis

Gruppenarbeit:

Neue Gruppen

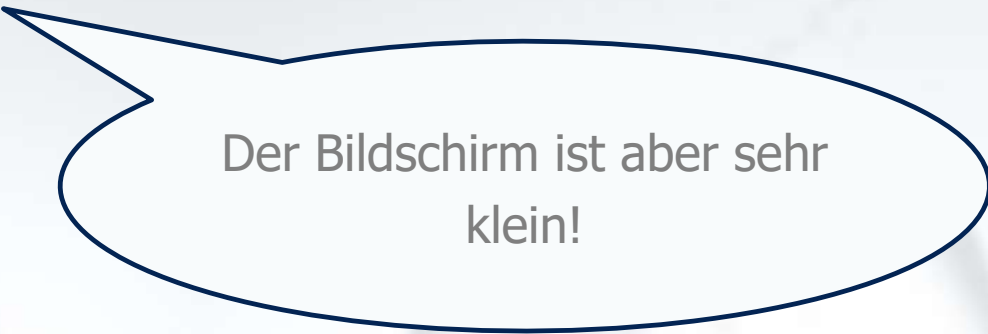
Einwände in Stichworten auf Moderationskarten

Dauer: 3 Minuten .

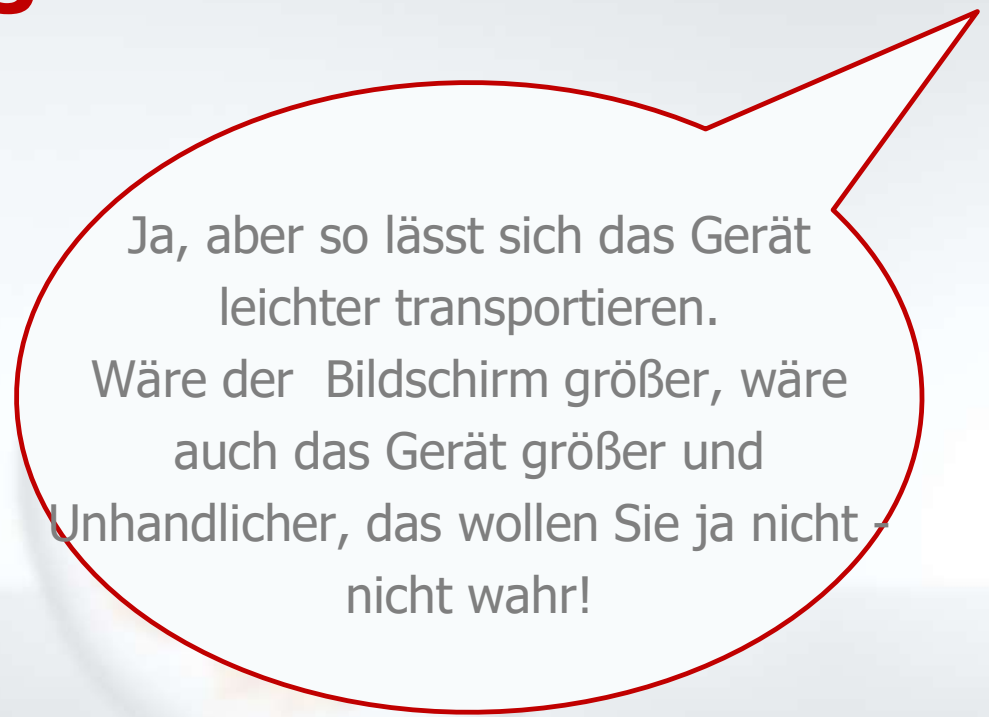
Einwände / Vorwände

**Wie geht der
„normale VERKÄUFER“ damit um?**

Einwand – (Gegen-)Argument



Der Bildschirm ist aber sehr klein!



Ja, aber so lässt sich das Gerät leichter transportieren.
Wäre der Bildschirm größer, wäre auch das Gerät größer und Unhandlicher, das wollen Sie ja nicht – nicht wahr!

Einwand – (Gegen-)Argument

Ich finde den Bildschirm
trotzdem klein!

~~Ja, klar ...~~

Absturz !

Einwand/Vorwand erkennen/unterscheiden

Einwand/Vorwand annehmen - akzeptieren! (≠ Einverständnis!)

Kundenaussage wiederholen

? Offene Frage zu einem anderen Nutzen Ihres Vorschlags

Kommt selber Einwand wieder = „echter“ Einwand

Kommt Aussage nicht mehr = „Vorwand“... fortsetzen, abschließen! .

Einwand lösen

Nehmen Sie Einwand/Vorwand an

Bewerberaussage wiederholen

Einwand isolieren und hinterfragen

Einwand lösen

Checken .

Einwand lösen

Fehlende Informationen

Information nachreichen

Missverständnisse und Unklarheiten

Unlösbare Einwände

Mit anderen
Nutzen aufwiegen .

Aufklären und überzeugen
(evtl. Fürsprecher)

9 Schritte

- 1. Meine Einstellung**
- 2. Vorbereitung**
- 3. Gesprächseinstieg**
- 4. Bedarf erfragen**
- 5. Präsentation**
- 6. Einwand / Vorwand**
- 7. Preis**
8. Abschluss
9. Follow up

7. Preis

**Preise/Franchisegebühren
selbstbewusst präsentieren!**

... statt verhandeln

Erfolgsfaktor Nr.1: **Meine „Preis“-Einstellung**

Stichwort:

Unbewusste Wahrnehmung

Wir können nicht lügen!

Körpersprache – Stimme ...

Glaubenssätze – selbsterfüllende Prophezeiung

> Was ich glaube, wird zur Realität!

Wie erkennt man die Einstellung noch? .

Unsere USP´s (Alleinstellungsmerkmale):

Was macht uns wertvoll(er) ?

(Dienstleitung um die Produkte / Dienstleistungen, ...)

Wie sind unsere USP´s erkennbar ?

(Fremdbild – von außen)

Welche Nutzen bieten unsere USP´s ?

(für uns / unsere Kunden)

Wie bewusst sind uns die USP´s ?

(Selbstbild)



Klarheit schafft Selbstsicherheit ! .

Preis-Nennung

Preisnennung WANN ?

Frühestens nach Bedarfsermittlung + Präsentation

Bewerber muss Nutzen + USP erkannt haben

Wertvorstellung muss aufgebaut sein

Wenn aber Bewerber früher fragt ?



Tipp: Professionell vertrösten. .

Professionell vertrösten?

Ich verstehe, der Preis / die Gebühren sind ein wichtiges Kriterium.
Ich komme in 5 Minuten / sicher noch darauf zu sprechen. Wie sehen Sie ...

Auf den Preis / die Gebühren komme ich gleich zu sprechen, vorher möchte ich Ihnen noch ...



Tipp: Professionell vertrösten. .

Wann kommt der Preis ?

Frühestens nach der Präsentationsphase

Erst wenn der Bewerber Abschlussinteresse zeigt

Wenn etwaige Einwände ausgeräumt sind .

Preisnennung: wie ?

Attraktiv „verpacken“:

W-W-W

was

wieviel

wofür

W-W-W

Was

Zusammenfassung „was“ sich alles im Paket befindet (KKK)

Wieviel

Die **Investition** dafür beträgt ...

Wofür

Der größte **Nutzen** (aus der Bedarfserhebung) .

W-W-W / Beispiel Einstiegsgebühren

Was	Für den Einstieg in unser Franchisesystem, die Nutzung der Marke, eine professionelle Grundausbildung, die Vorbereitung und Unterstützung beim Start...
Wieviel	... investieren Sie eine einmalige Einstiegsgebühr in Höhe von 35.000,-
Wofür	... dies ermöglicht Ihnen einen raschen Start in Ihre Selbstständigkeit.

W-W-W / Beispiel laufende Gebühren

Was	Unser Team ist in allen Fragen immer für Sie da, wir entwickeln Produkte, Dienstleistungen und unser Franchisesystem ständig weiter
Wieviel	... dafür investieren Sie die laufende Gebühr von 10% Ihres Netto-Umsatzes
Wofür	... damit haben Sie die Sicherheit, immer kompetente AnsprechpartnerInnen für alle Bereiche zur Seite zu haben.

Weitere Nutzen für laufende Gebühren

Wofür 2

... damit erhalten Sie laufend Unterstützung, um Ihren Standort zu optimieren

Wofür 3

... damit sind Sie selbstständig und profitieren vom Team der Franchisezentrale

Wofür 4

... Sie und Ihr Team profitieren von den laufenden Aus- und Weiterbildungsangeboten und können so wirtschaftlich wachsen

Videoübung: Einwand + Vertrösten

Bereiten Sie schriftlich vor:

- > Wie heißt mein/e Bewerber/in?
- > Genaue Gesprächssituation
- > 2 -3 Einwände

Bewerber will den Preis / die Gebühren gleich wissen (2-3x)

FB notiert „Vertröster“

Videodauer: max. 6 Minuten .

Videoübung: Preis nennen

Verkäufer nennt Preis (mit WWW aus Praxisfall)

Bewerber/in sagt „zu teuer“

Verkäufer reagiert darauf

FB notiert „Reaktion“

Videodauer: max. 5 Minuten .

Preis nennen mit W-W-W

Bewerber/in sagt trotzdem:

Bewerber/in:



ZU TEUER !

7 Wege für „zu teuer“ ...

1. Einwand oder Vorwand ?
2. Zu teuer – in Vergleich wozu ?
3. Aktives zuhören
4. Warum ?
5. Letzter Einwand
6. Wie viel zu teuer ?
7. Was hätten Sie sich vorgestellt ? .

1. Einwand oder Vorwand ?

- A** Hören, anerkennen ...
- B** Verständnis zeigen: „Ich verstehe, Sie sagen ...“
- C** Offene Frage zu einem bekannten Nutzen .

1. Einwand oder Vorwand ?



Hilft bei „Verbalrülpsen“



Vorwände werden eliminiert



Wichtigkeit wird abgeklopft



Nur mit Übung verwendbar .

2. „Zu teuer in Bezug wozu?“



Nur bei guter Argumentation



Bringt meist
Mitbewerbervergleich



Im Zweifel nicht verwenden .

3. „Aktives zuhören“

Ich verstehe, Sie sagen zu teuer. (Pause)



Mächtiges Instrument aus der Psychotherapie



Signalisiert Interesse am Gesprächspartner



Erfordert richtige Betonung und richtigen Einsatz .

4. „Warum?“

„Warum?“ (guter Blickkontakt und leicht naive/überraschte Mimik)



Wirkt entwaffnend



Wirkt ehrlich



Erzeugt „Rechtfertigungsdruck“



Muss vorher geübt werden .

5. Letzter Einwand

Erst, wenn als Einwand erkannt ...

„Heißt das, wenn wir uns preislich einigen, dass wir ins Geschäft kommen?“



Kunde deklariert sich



Einladung zum Verhandeln



Abschluss nach Preis-
Einigung



Tipp: Nur nach einem „JA“ beginnt die Preisverhandlung ! .

6. „Wie viel zu viel?“

Erst, wenn als Einwand erkannt - bzw. nach Technik 5 „Letzter Einwand“



Bewerber deklariert sich



Nur noch den Mehrbetrag
verkaufen



Preis herunterbrechen
(Laufzeit, Einheit)



Einladung zum Verhandeln .

7. „Was hätten Sie sich vorgestellt?“

Wenn Kunde undifferenziert, wenig konstruktiv und eher negativ ist



Bewerber/in deklariert sich



Auch hier bleibt „nur“ der Differenzbetrag



Ernsthaftigkeit wird abgeklopft



Einladung zum Verhandeln .

9 Schritte

- 1. Meine Einstellung**
- 2. Vorbereitung**
- 3. Gesprächseinstieg**
- 4. Bedarf erfragen**
- 5. Präsentation**
- 6. Einwand / Vorwand**
- 7. Preis**
- 8. Abschluss**
9. Follow up

8. Abschluss

Was Sie nach jeder
FRAGE
beachten müssen !

Was Sie **besonders** nach jeder
ABSCHLUSSFRAGE
beachten müssen !

**UNBEDINGT
und
IMMER !**

STILLE !



Video: Gesprächsübung

Komplettes Bewerbungsgespräch

9 Schritte

- 1. Meine Einstellung**
- 2. Vorbereitung**
- 3. Gesprächseinstieg**
- 4. Bedarf erfragen**
- 5. Präsentation**
- 6. Einwand / Vorwand**
- 7. Preis**
- 8. Abschluss**
- 9. Follow up**

9. Follow up

Der Selbstcheck

Wie war die Vorbereitung ?

Wie war die Kommunikation / meine Fragen ?

Wie war das „Aktive Zuhören“ ?

Habe ich mein Ziel erreicht ?

Was habe ich gut gemacht ?

Was kann ich anders machen ?

Wie war meine MNC-Technik ?

Was muss ich veranlassen ?

Nächstes Gespräch vorbereiten ! .

Transferaufgaben

Welche Selbstlerneinheiten nehme ich mir vor ?

Vorhaben aus dem Skriptum ?

Transferpartnerschaft

Termine für Coaching-Calls .

Vortrag zum Download:

www.syncon-franchise.com/downloads_franchisenehmer-gewinnen



SYNCON®

syncon-franchise.com

