

| Verkäuferentwicklung |

## Verkäufertipp „Mehrwert als Verkäuferpersönlichkeit“

Welchen Mehrwert bietet der Mensch als  
Marke und Verkäuferpersönlichkeit?



## Der Verkäufer als kaufentscheidender Nutzenfaktor!

Meine Kunden sagen über mich:

*„Bei Herrn Lesch habe ich das sichere Gefühl, dass er unsere individuellen Anforderungen genau versteht und nicht nur seine Dienstleistungen verkauft. Wir fühlen uns bei Ihm einfach in guten Händen, da er kreativ und zuverlässig ist. Nur zu empfehlen: Als Mensch, als Berater und Trainer.“*

**Mein Mindset: „Ich bin nicht nur Verkäufer, ich bin kompetenter Sparringspartner, kreativer Mitdenker und Möglichmacher für meine Kunden.“**

| Verkäuferentwicklung |

## Verkäufertipp „Mehrwert als Verkäuferpersönlichkeit“

Welchen Mehrwert bietet der Mensch als Marke und Verkäuferpersönlichkeit?



### 1. Du verkaufst Vertrauen, nicht nur Produkte / Dienstleistungen

#### Kundennutzen

- Du hältst dein Wort: Projekttermine, Liefertermine, Rückrufe, Rückfragen.
- Du bist ehrlich bei Problemen, Engpässen und empfiehlst nichts Unpassendes. Die optimale Kundenlösung steht im Fokus.
- Du sprichst wie ein Partner auf Augenhöhe, nicht wie ein Verkäufer.

#### Vertrauen schafft Sicherheit und reduziert Risiko

Kunden treffen Kaufentscheidungen nicht nur rational, sondern auch emotional. Je komplexer oder hochpreisiger dein Produkt ist, desto mehr stellt sich der Kunde unbewusst die Frage: „Kann ich diesem Menschen, diesem Unternehmen, dieser Empfehlung wirklich vertrauen?“

#### Vertrauen ist der Booster für den Mehrwertverkauf

Wenn du hochwertige, mehrwertorientierte Produkte verkaufst, dann brauchst du das Vertrauen deines Kunden, um über den Preis hinaus zu argumentieren.

#### Ergebnis

Menschen kaufen nicht bei Firmen, sondern bei Menschen, denen sie vertrauen.

I Verkäuferentwicklung I

## Verkäufertipp „Mehrwert als Verkäuferpersönlichkeit“

Welchen Mehrwert bietet der Mensch als Marke und Verkäuferpersönlichkeit?



### 2. Du verkaufst Klarheit, statt Verwirrung

#### Kundennutzen

- Du filterst z.B. aus 10 unterschiedlichen Produkten/Angeboten/Varianten die optimale Kundenlösung heraus. → Zeitersparnis & Sicherheit
- Du nimmst dem Kunden viele schwierige Auswahl-Entscheidungen ab.
- Du bringst Struktur in die vielfältigen komplexen Anforderungen.

#### Klarheit verkauft. Verwirrung verhindert.

Kunden treffen Kaufentscheidungen nicht nur mit dem Kopf, sondern mit dem Bauch und der reagiert empfindlich auf Unsicherheit. Klarheit gibt Orientierung in der Vielfalt. Gerade bei technischen Produkten ist die Auswahl oft groß und die Details komplex. Wenn der Kunde nicht klar versteht:

- Was er bekommt
- Was es für ihn bringt (Vorteil & Nutzen)
- Worin der Unterschied liegt

... dann sagt er am Ende meist: *"Ich überlege es mir noch."* (und kauft nicht). ☹️

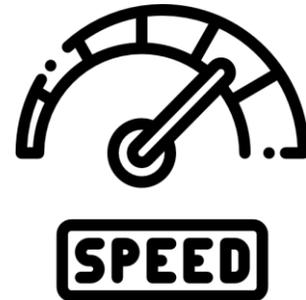
#### Ergebnis

Der Kunde kauft bei dir, auch wenn's teurer ist, weil's sicher ist.

I Verkäuferentwicklung I

## Verkäufertipp „Mehrwert als Verkäuferpersönlichkeit“

Welchen Mehrwert bietet der Mensch als Marke und Verkäuferpersönlichkeit?



### 3. Du verkaufst Erreichbarkeit & Geschwindigkeit

#### Kundennutzen

- Du bist ansprechbar, wenn's brennt, keine Hotline, kein Warten.  
*„Du bist schneller da, als der Wettbewerb überhaupt antwortet.“*
- Du gibst Rückmeldung am gleichen Tag. Rückruf auch bei Anrufbeantworter-Meldungen garantiert. → Kümmerer
- Du kennst die Projekte deiner Kunden, kein Erklären bei jedem Kontakt.  
One face, one customer.

#### Kunden wollen schnelle Antworten, nicht lange warten

In einer Welt voller Sofortlösungen (Amazon, Google, ChatGPT...) erwarten auch Geschäftskunden schnelle Reaktionen. Wenn du nicht erreichbar bist oder lange brauchst, denkt der Kunde:

*„Der ist unzuverlässig. Vielleicht ist es woanders einfacher.“*

Im B2B ist oft Schnelligkeit entscheidend für Projekte. Viele Kunden haben enge Timings: *„Wir brauchen bis Freitag ein Angebot.“* *„Lieferzeit? Geht das auch schneller?“* Wenn du hier zügig reagierst, hebst du dich ab.

Denn Geschwindigkeit wird zum Service-Versprechen.

#### Ergebnis

Du bist mir wichtig und ich kümmere mich sofort.  
Und das ist oft mehr wert als ein Preisnachlass.

| Verkäuferentwicklung |

## Verkäufertipp „Mehrwert als Verkäuferpersönlichkeit“

Welchen Mehrwert bietet der Mensch als Marke und Verkäuferpersönlichkeit?



### 4. Du verkaufst Zukunft, nicht nur Lieferung

#### Kundennutzen

- Du gibst Impulse, wie der Kunde seine Performance verbessert, Kosten einspart, Erfolge maximiert, sich vom Wettbewerber abhebt, seine Produkte verbessert und Ideen für Innovationen.
- Du schlägst neue Materialien vor, mit Blick auf Innovation, Normung, Nachhaltigkeit, Qualitätsverbesserung, Langlebigkeit.
- Du lieferst langfristige Systemlösungen, nicht nur Einzelaufträge.

#### Zukunftsorientierung hebt dich vom Wettbewerb ab

Andere Verkäufer reden über Maße, Preise, Lagerbestand.

Du redest über:

- Lösungen, die länger halten
- Innovationen, die Prozesse verbessern
- Nachhaltigkeit, die Kunden begeistert

Das verkauft nicht nur besser, es bleibt auch besser im Kopf. Wenn du mit deinem Kunden über seine Zukunft sprichst, wirst du nicht nur zum Lieferanten, sondern zum Partner. Du begleitest ihn und das schafft Loyalität.

#### Ergebnis

Du entwickelst dich vom Verkäufer zum Wertschöpfer und Business Developer und bekommst Folgegeschäft mit mehr Volumen UND mehr Marge.

| Verkäuferentwicklung |

## Verkäufertipp „Mehrwert als Verkäuferpersönlichkeit“

Welchen Mehrwert bietet der Mensch als Marke und Verkäuferpersönlichkeit?



### 5. Du verkaufst Mitdenken, statt Bestellannahme

#### Kundennutzen

- Du erkennst aufgrund deiner hohen Fachkompetenz Folgeprobleme z.B. bei Kunststoffbauteilen **vor** dem Kunden (wie UV-Beständigkeit, Verformung, Verbindungsart und Montageart).
- Du fragst: „Was passiert mit dem Bauteil danach?“  
→ Demontagefreundlichkeit, Recycling, Wiederverwertung.
- Du schlägst Alternativen vor, auch wenn sie teurer sind, weil sie besser und die Total Cost of Ownership (TCO) über seinen gesamten Lebenszyklus hinweg betrachtet geringer sind.

#### Mitdenken zeigt echtes Interesse am Kundenerfolg

Viele Kunden wissen ungefähr, was sie brauchen, aber nicht immer genau.

Wenn du als Verkäufer mitdenkst, hilfst du ihnen:

- bessere Entscheidungen zu treffen
- Fehler zu vermeiden
- Zeit und Geld im Betrieb und Wartung zu sparen

Ein Verkäufer, der mitdenkt, verkauft nicht nur, er sorgt sich.

Und genau das merken Kunden. Und bleiben dir treu.

#### Ergebnis

Du bist kein Kostenfaktor, du bist ein Risikopuffer. Das ist Marge wert.

I Verkäuferentwicklung I

## Verkäufertipp „Mehrwert als Verkäuferpersönlichkeit“

Welchen Mehrwert bietet der Mensch als Marke und Verkäuferpersönlichkeit?



### Mein Nutzen als Verkäufermarke für den Kunden

Nutzenbereich	Was ich konkret leiste
<b>Technikkompetenz</b>	Ich erkenne technische Anforderungen und finde passende Materialien, auch abseits von Standards.
<b>Zeitsparer</b>	Ich reagiere schnell, arbeite proaktiv, liefere zuverlässig, damit mein Kunde seine Termine hält.
<b>Zukunftsdenker</b>	Ich zeige Innovationen (z. B. KI-Tools, Prozessoptimierungspotenziale, neue Werkstoffe, Normänderungen, Materialsubstitute) frühzeitig auf.
<b>Risikovermeider</b>	Ich helfe, Fehler zu vermeiden: durch Hinweise zu möglichen Risiken, Einschränkungen, Beständigkeit, Verarbeitung, Langzeitverhalten.
<b>Wertsteigerer</b>	Ich helfe Kunden, Prozesse zu optimieren, durch Materialauswahl, Zuschnitt-Service, Beratung, etc.
<b>Beziehungsmanager</b>	Ich schaffe Vertrauen, arbeite ehrlich, transparent und bleibe auch bei Problemen erreichbar.