

# 18.00 Uhr starten wir.

Markus Waser Academy AG

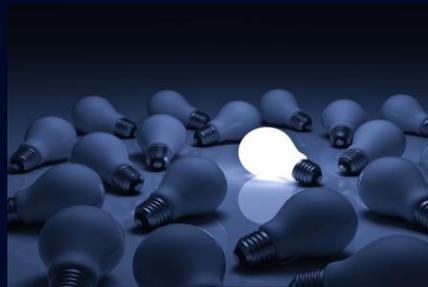
Wir helfen Unternehmen, einfacher,  
effektiver und erfolgreicher zu verkaufen.  
Online und offline

# IN 4 SCHRITTEN ZU NACHHALTIG MEHR UMSATZ

## 1. Verkaufs- Psychologie



## 2. Praxis der Verkaufpsychologie



## 3. Mindset



## 4. Kunden- Gewinnung





# VORSTELLUNG MARKUS WASER ACADEMY AG



**WIR SIND IN MÄNNEDORF**



**Sales – Kommunikation Training**

**Akquise-Schulungen**

**Sales Consulting – Sales Prozess Optimierung**



**Webseiten auf Verkauf optimieren**

**SEO-SEA**

**Facebook Werbung**

**Instagram Werbung**

**TikTok Werbung**

**LinkedIn Werbung**



# **OPTIMALE VERBINDUNG ZWISCHEN ONLINE UND OFFLINE**

- **Eine schöne Webseite die nicht verkauft?**
- **Eine Webseite die nicht gefunden wird?**
- **Und du nicht verkaufen kannst?**

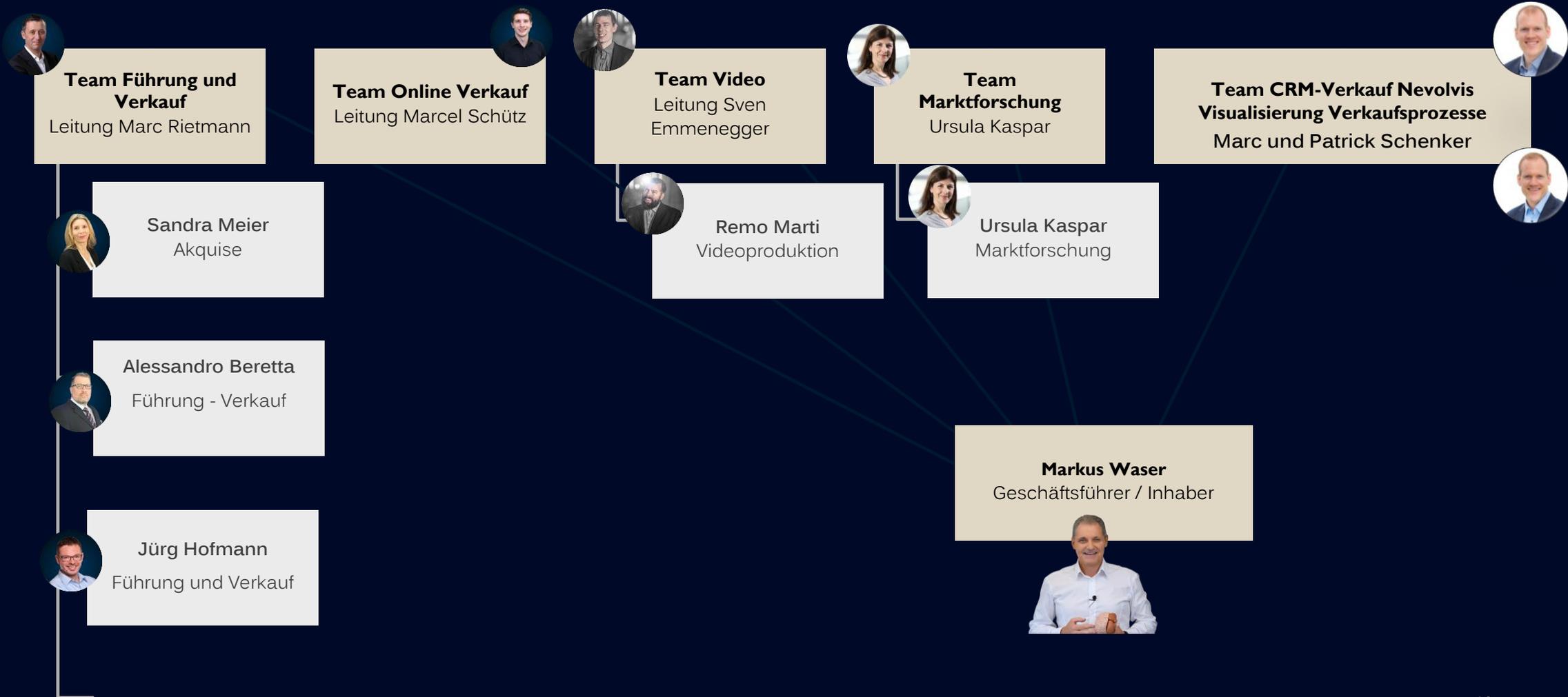


## TELESALES BÜRO

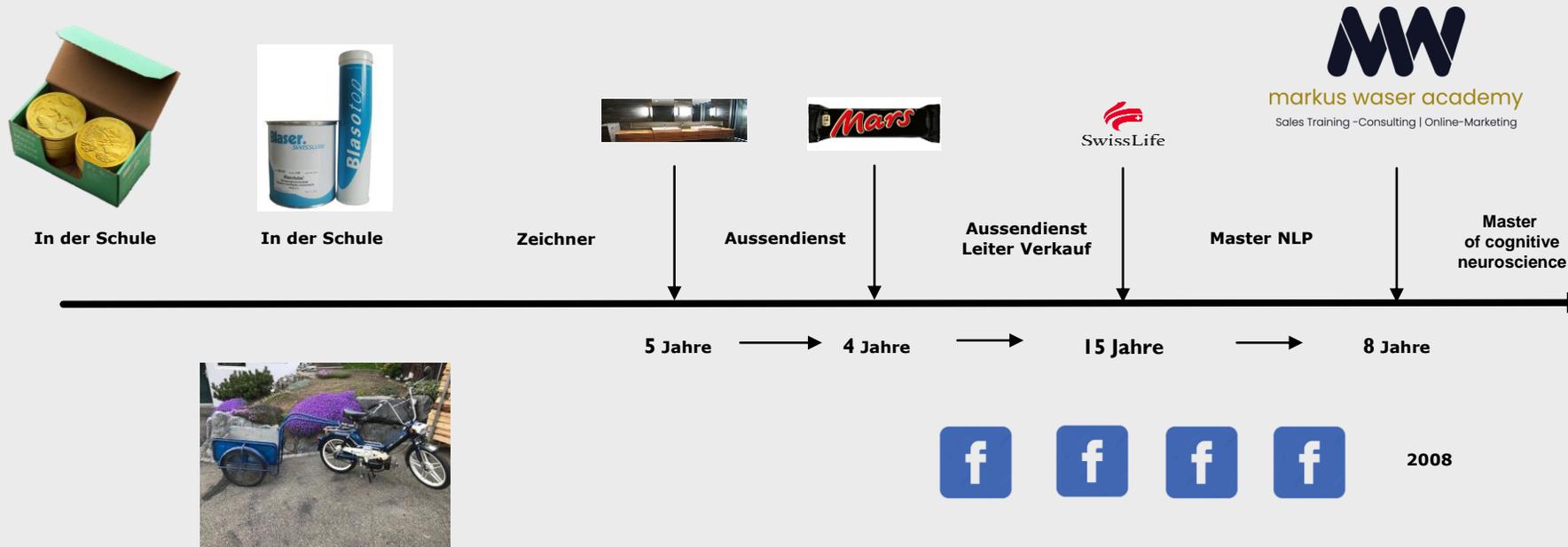
+41 44 921 20 20



# TEAM

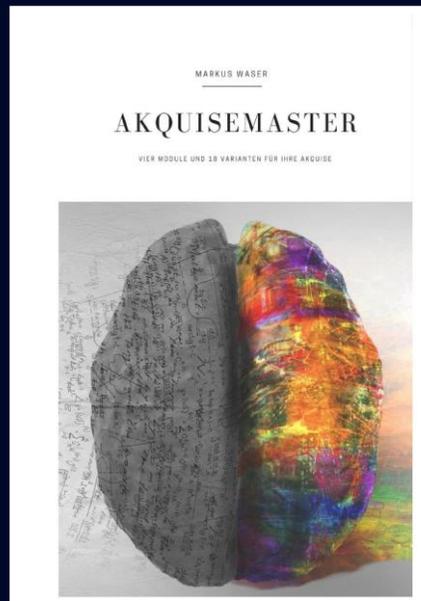


# VORSTELLUNG MARKUS



# MARKUS WASER

**Autor**



**Trainer**



**5x mehr Umsatz erreicht als alle  
seine 500 Arbeitskollegen über 15  
Jahre lang**



**Sandra und Markus**





# LEIDENSCHAFT





# MITGLIEDSCHAFTEN

## **AFNB- MITGLIEDSCHAFT**



- **Neurowissenschaft – Das grosse Wissen der Gehirnforschung im Verkauf, Onlinemarketing und Marketingnutzen, um nachhaltig für unsere Kunden mehr zu erreichen.**



# ABLAUF

# ABLAUF

- **Start 18.00 Uhr – 19.30 Uhr**
- **Pause ca. 19.30 Uhr 15 Minuten**
- **Start 19.45 – 20.30 Uhr**
- **Vorstellung Business Excellence 20.30 Uhr – 21.00 Uhr**



# GENDER

# GENDER-HINWEIS

**Aus Gründen der** besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in dieser Präsentation die männliche Form verwendet.

**Entsprechende Begriffe** gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.



# VORSTELLUNG IFJ

**Jeden Tag  
Wagen in der Schweiz  
50 Menschen den Schritt  
In die Selbstständigkeit.**

Es braucht Mut dazu.

Und Leidenschaft.

Und manchmal eine helfende Hand.



# Unser Angebot:



Services



Tools



Kurse



Startunter-  
stützung



Wissen



Events



Förder-  
programme



Coaching

# IFJ Intensivkurs

## 9 Schritte zu noch mehr Erfolg

### Startunterstützung & Kursunterlagen

Mit diesem Code kommst du zur IFJ Startunterstützung und deinen Kursunterlagen.

Scanne den QR-Code oder klicke auf den [Formularlink](#) im Chat

Fragen? Rufe uns an oder schreibe uns ganz einfach eine E-Mail auf:

[info@ifj.ch](mailto:info@ifj.ch) | +41 (0) 71 242 98 98



---

**Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit.**

---



IFJ Institut für Jungunternehmen AG  
St. Gallen | Schlieren | Lausanne | Lugano  
info@ifj.ch  
+41 (0)71 242 98 98

[www.businessplan.ch](http://www.businessplan.ch)  
[www.startupspace.ch](http://www.startupspace.ch)  
[www.startwerk.ch](http://www.startwerk.ch)  
[www.ifj.ch](http://www.ifj.ch)



---

**STARTEN WIR**

**AUS  
WELCHER  
BRANCHE  
KOMMST  
DU?**



**WAS IST  
DEINE  
GRÖSSTE  
HERAUSFOR  
DERUNG IM  
VERKAUF?**





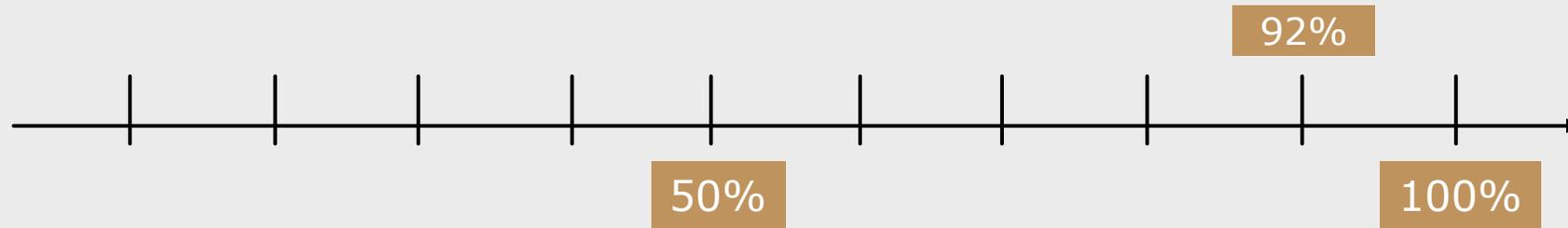
# VERKAUFSPSYCHOLOGIE

---

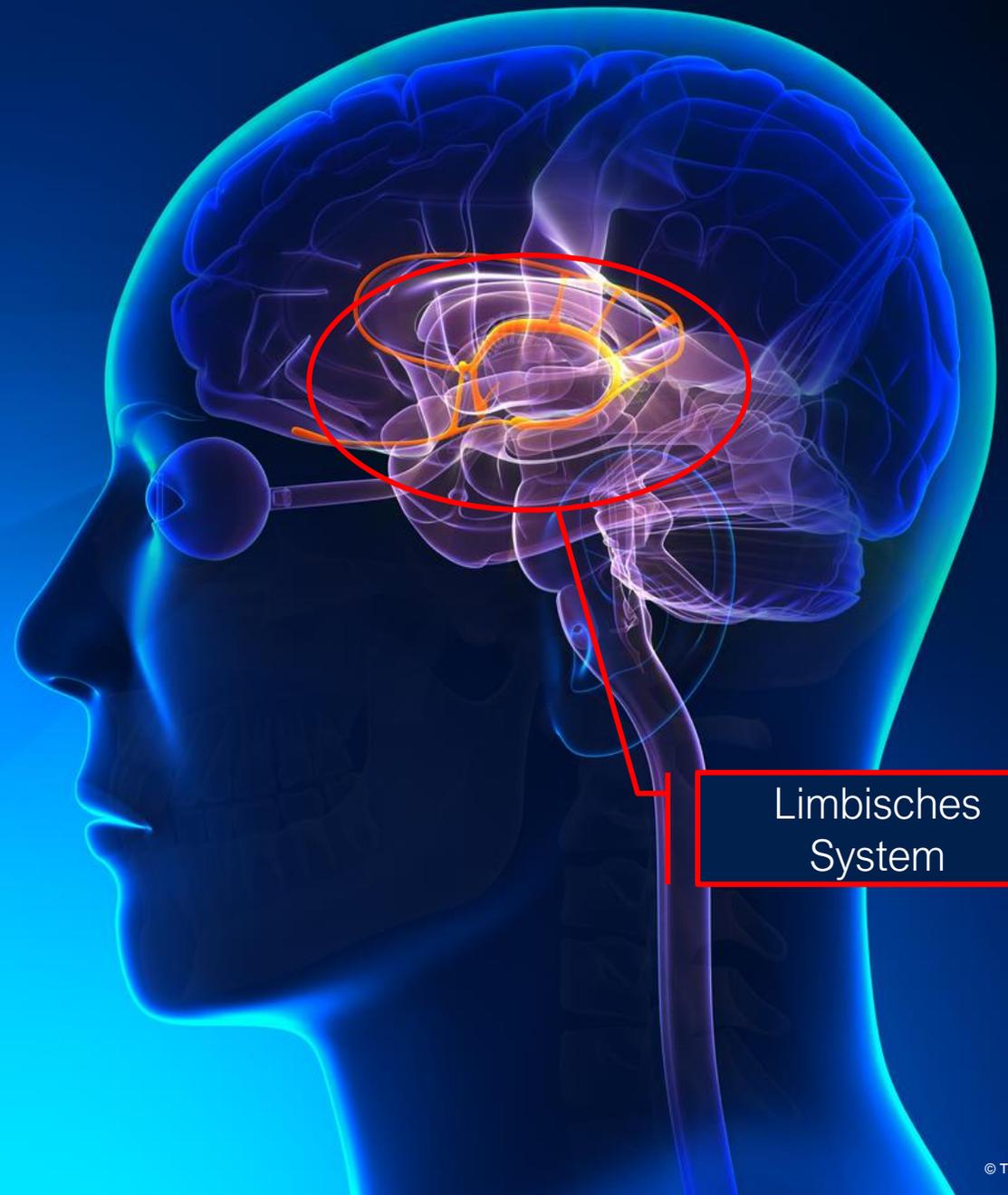
**Psychologie**

**Es gibt natürlich viele  
verschiedene Faktoren,  
die für Verkäufe sorgen,  
aber einen  
entscheidenden Faktor  
sollte man als  
Unternehmer und  
Verkäufer niemals  
ignorieren ...**

## ANTEIL DER EMOTIONEN BEI KAUFENTSCHEIDUNGEN



- **Emotionales Hirn: 0,5–1 Sekunde schneller als rationales Hirn**
- **Rationales Hirn: Rechtfertigt den emotionalen Entscheid**
- **92% der Entscheide fallen aufgrund des 1. Eindruckes**

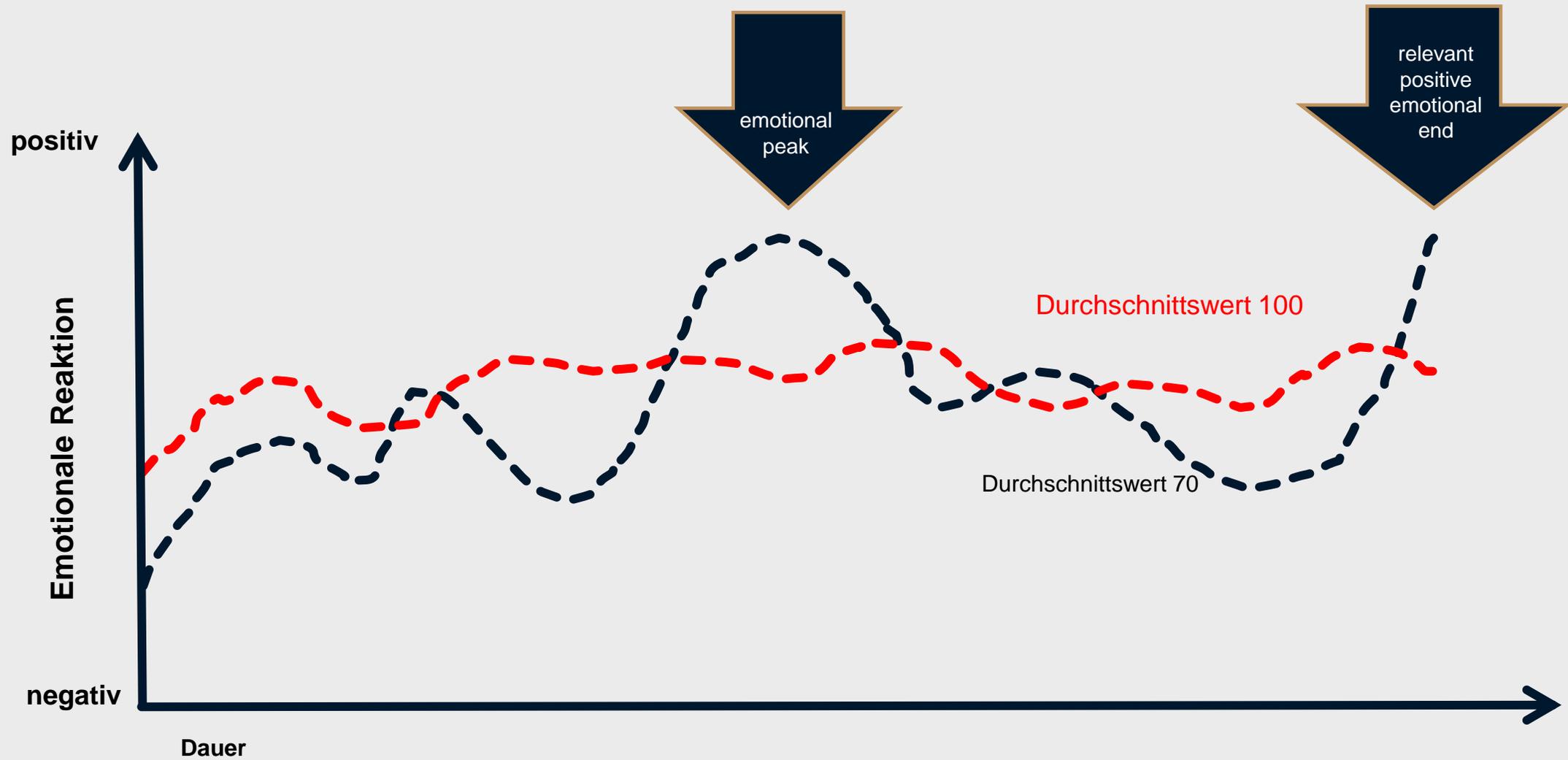


Limbisches  
System



# VERKAUFS-PSYCHOLOGIE

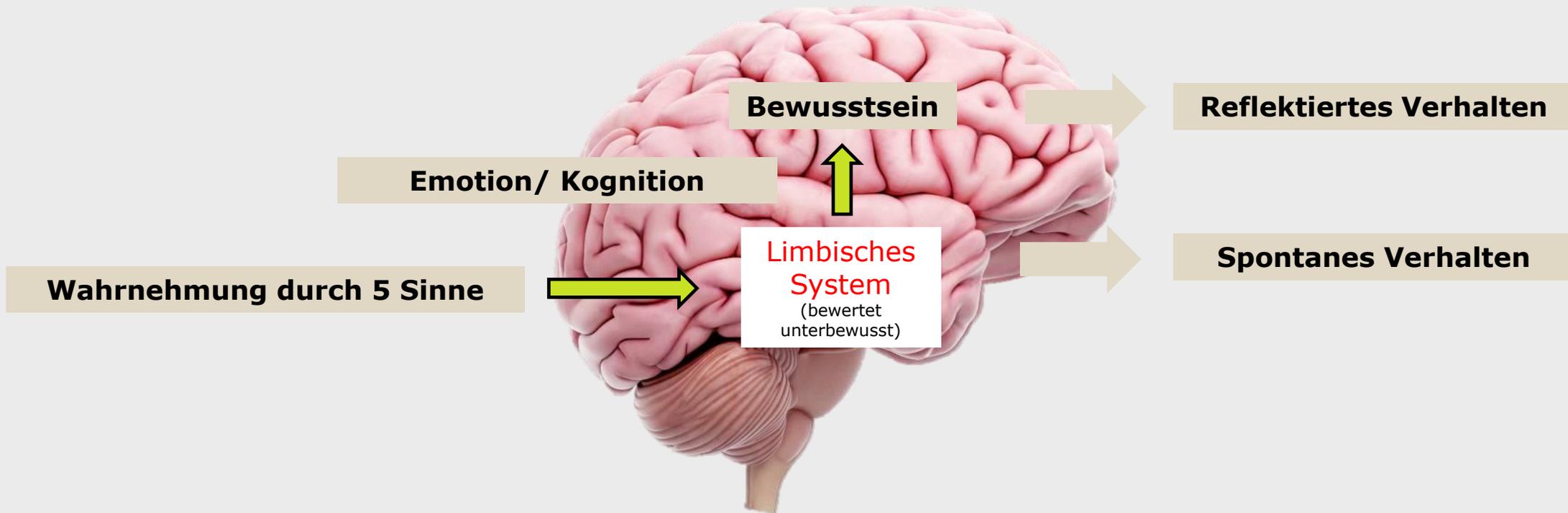
- **Das Gehirn – genauer das limbische System** – bewertet ununterbrochen jeden Reiz, welchen wir über einen unserer Sinne wahrnehmen
- **Die Bewertung geschieht in erster Linie auf der Ebene des Unbewusstseins.**



■ QUELLE:  
BASIEREND AUF DECODE SCIENCE UPDATE  
01-2013

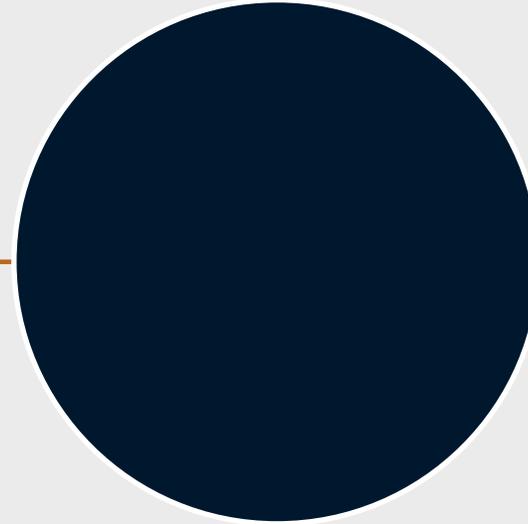
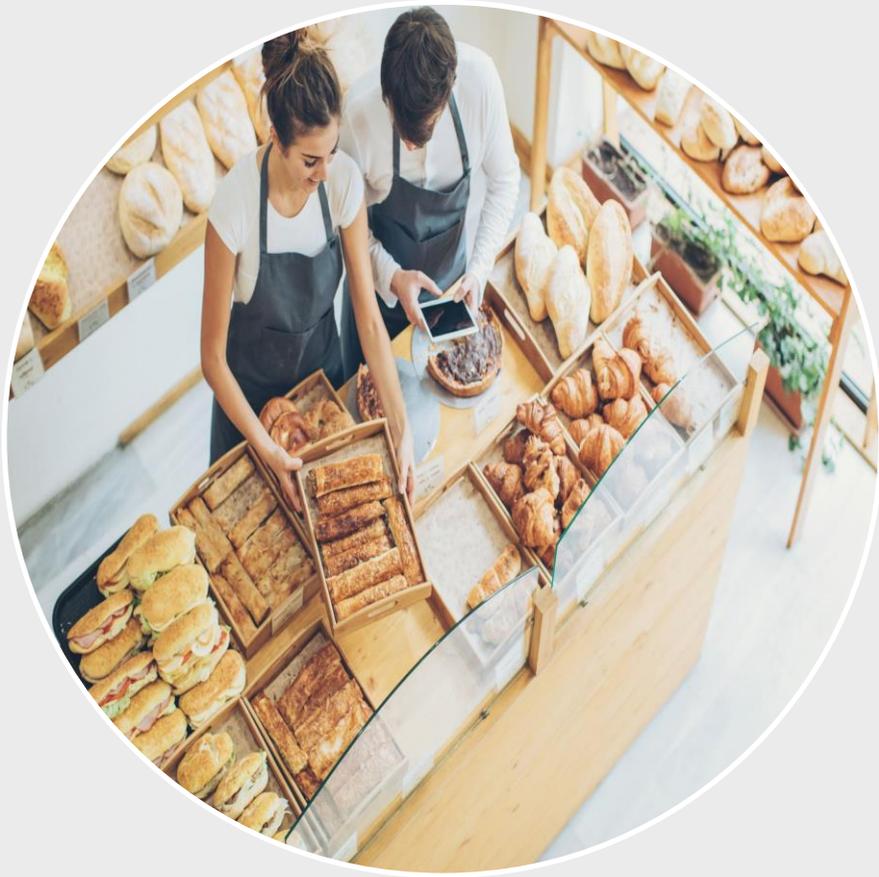
# UNSER GEHIRN

Bewertung durch Emotionssysteme





**Ganz einfach... Weil  
sie sich auf das  
Wichtigste  
überhaupt bei einem  
Verkaufsprozess  
fokussiert: den  
Menschen.**



- **Kein Verkaufsprozess kommt ohne menschliche Komponenten aus,**
- **denn es sind immer mindestens zwei Menschen daran beteiligt: derjenige, der verkauft, und derjenige, der kauft.**

Da **Psychologie** wissenschaftlich  
gesprochen die **Lehre vom Erleben** und  
**Verhalten** ist, spielt sie in jedem  
Verkaufsprozess eine entscheidende Rolle

–

wenn nicht vielleicht sogar die  
entscheidende Rolle.

---

**Deswegen kann auch dein Marketing und dein Verkauf nur dann erfolgreich sein, wenn dabei das Elementarste überhaupt im Mittelpunkt steht: der Mensch.**

**Der Mensch, der wahrnimmt, fühlt, denkt, entscheidet und handelt.**



- **Wie aber kannst du nun Psychologie in deinen Verkäufen einsetzen?**



Herzlich willkommen

## *Ihre Zahnarztpraxis in Pfäffikon SZ*

Suchen Sie einen Zahnarzt in Pfäffikon SZ? Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Die behandelnden Zahnärzte und Zahnärztinnen decken zusammen mit unseren Praxispartnern alle Fachgebiete der Zahnmedizin ab.

Unsere Behandlungsschwerpunkte sind:

- Allgemeine Zahnmedizin
- Ästhetische Zahnmedizin
- Dentalhygiene
- Bleaching (Zahnaufhellung)
- Füllungstherapie mit CEREC
- Vollkeramische Versorgungen
- Kinderzahnmedizin
- Lachgas-Behandlung
- Implantologie
- Weisheitszahnentfernung
- Parodontologie
- Abnehmbare Prothetik



#### *Nils Leuzinger (Dr. med. dent.)*

Dr. Nils Leuzinger wurde 1966 geboren, ist in Pfäffikon SZ aufgewachsen und hat hier Grund- und Mittelschule besucht. Anschliessend studierte er Zahnmedizin am Zentrum für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde der Universität Zürich bis zum eidgenössischen Staatsexamen 1991. Zusätzlich zu seiner Assistenzzeit in mehreren Privatpraxen war er Assistent an der Chirurgischen Poliklinik und an der Klinik für Kronen-Brückenprothetik des Zentrums für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde der Universität Zürich. Seit 1997 führt er die praxis ROSENBERG und fortbildung ROSENBERG. 1998 gründete er die dental ROSENBERG AG, eine Handelsfirma für Zahnärztebedarf.



#### *Elisabeth Mutter (med. dent.)*

Dr. Elisabeth Mutter wurde 1992 geboren und wuchs grenznah bei Konstanz in Deutschland auf. Sie studierte in Mainz an der renommierten Johannes Gutenberg Universität Zahnmedizin. Ihr Studium schloss Sie 2017 erfolgreich ab. Anschliessend arbeitete Frau Dr. Mutter in mehreren Privatpraxen in Deutschland und der Schweiz. Seit zwei Jahren lebt Sie nun in Zürich. Auf zahlreichen Fortbildungen spezialisierte Sie sich auf die ästhetische und funktionelle Zahnmedizin, sowie die Endodontie.

Sie beherrscht die konservierende und prothetische Zahnheilkunde, Zahnstellungskorrekturen mittels Alignern, zahnärztliche Chirurgie, das CEREC-Verfahren, sämtliche Füllungstherapien und weitere zahnmedizinische Fachgebiete.

#### *Emina Gerke (Dr. med. dent.)*





Ungefähr 51'300 Ergebnisse (0.31 Sekunden)

● Ergebnisse für **Männedorf** · [Region auswählen](#) ⋮

### Gesponsert



Zahnarztpraxis Rosenberg  
<https://www.praxisrosenberg.ch> ⋮

### Praxis Rosenberg Pfäffikon SZ - Zahnarzt Dr. Nils Leuzinger

Die Praxis ROSENBERG wurde 1997 durch den **Zahnarzt** Dr. med. dent. Nils Leuzinger gegründet

📍 [Hofstrasse 10, Pfäffikon](#) - 055 415 30 50 - Schließt bald · 08:00–12:00 Uhr ▼

### Team

Unsere Spezialisten und Spezialistinnen.

### Gesponsert



H1 Zahnärzte  
<https://www.h1-zahnaerzte.ch> ⋮

### Ihr Zahnarzt in Pfäffikon (SZ) - Einfühlsame Behandlung

Hohe zahnmedizinische Qualität und modernste Technik für Ihre Zahngesundheit. Ihre Zahnärzte in **Pfäffikon** (SZ). Samstags-, Feiertags- und Abendtermine. High-Tech Ausstattung. Alles aus einer Hand. Samstags geöffnet. Ausführliche...

[Dentalhygiene](#) · [Leistungsprektrum](#) · [Weisheitszahntfernung](#) · [Schnarcherschere](#)



# VIDEOS

Videos zur Behandlung von Zahnarztangst in Zürich am Löwenplatz





### Liste der Probleme

Sortiere nach:

#### Links (8 Ausgaben)

Probleme mit internen Backlinks, internen Links und externen Links, ihren Ankern, HTTP-Statuscodes und rel-Attributen.

Die Seite enthält interne Links zu 3xx-Seiten: 27 Seiten	+27	<input type="button" value="Problem anzeigen"/>
Die Seite hat ein verankertes Bild ohne Alternativtext: 5 Seiten	+5	<input type="button" value="Problem anzeigen"/>
Hat einen internen Link ohne Ankertext: 27 Seiten	+27	<input type="button" value="Problem anzeigen"/>
Die Seite verfügt über ausgehende interne Links mit einem Wortanker: 27 Seiten	+27	<input type="button" value="Problem anzeigen"/>
Die Seite hat weniger als 10 interne Backlinks: 3 Seiten	+3	<input type="button" value="Problem anzeigen"/>

Betroffene Seiten nach Kategorie

Links	84 %
Indexierbarkeit	84 %
Inhaltliche Relevanz	81 %
Doppelter Inhalt	10 %



# DIE HERAUSFORDERUNG BEIM KUNDEN

## **2-MAL SO VIEL ENERGIE**

**Im Vergleich zum  
„Ruhemodus“**



**DENKFAULHEIT**

■ **Eurer Kunden**

# BEIM VERKAUFEN SEHR WICHTIG

**Wir Menschen sind grundsätzlich sehr denkfaul.** Dies liegt in erster Linie daran, dass unser Gehirn überproportional viel Energie verbraucht.

**Es macht nur ca. 2 %** unseres Körpergewichts aus, benötigt jedoch **ca. 20 % der Energie des Organismus.**

# VERKAUF GLEICH GEFAHR – KOMPLIZIERT – KEINE LUST – IMMER DAS GLEICHE

**Anstelle von Lösungen werden immer noch Produkte verkauft, kein Mensch will ein Produkt, Menschen wollen eine Lösung für ihr Problem.**

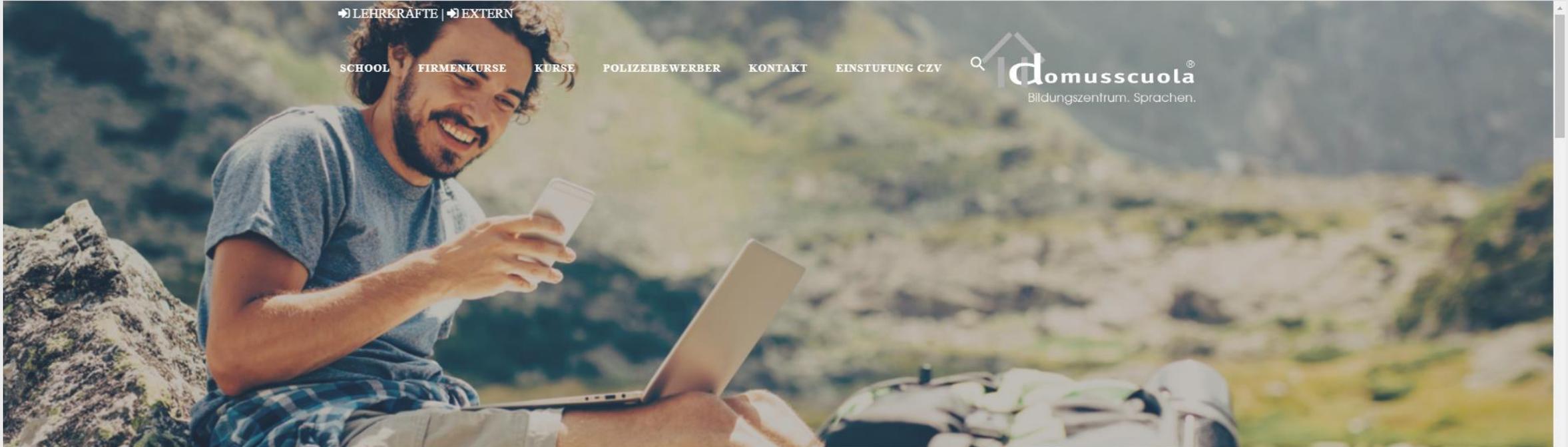
**Lösungsverkauf geht es nie um den Preis, beim Produkteverkauf ist immer der Preis im Vordergrund.**

← → ↻ 🏠 domusscuola.ch

🔍 LEHRKRÄFTE | 🔍 EXTERN

SCHOOL FIRMENKURSE KURSE POLIZEIBEWERBER KONTAKT EINSTUFUNG CZV

🏠 domusscuola®  
Bildungszentrum. Sprachen.



ERWACHSENE      JUGENDLICHE      DIPLOME      ONLINEKURSE

🔍       🔍       🔍       🔍

DELF DALF Suisse      UNIVERSITY of CAMBRIDGE ESOL Examinations      Instituto Cervantes      SVEB FSEA      EDUQUA      linguista SPRACHAUFENTHALTE

Unser Motto: educate to elevate

## 07 Sep Spanisch A1 Valencia, A1, 4 Mt. Kurse, ab November 23

Spanisch A1 Valencia, A1, 4 Mt. Kurse, ab November 23

WEITERLESEN

<	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59
60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79
80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119
120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139
140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159
160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	>	

Über 15 Jahre ist die domusscuola das führende Bildungszentrum im Kanton Aargau. Mit den beiden Standorten Mellingen und Wettingen sind diese, von der nahe gelegenen Stadt Baden aus, gut erreichbar. Mit ihren mobile teachers erweitert die domusscuola ihr Tätigkeitsgebiet mit einem Radius von mehr als 100 Km. Stützen Sie Ihre Weiterbildung auf Sprachkurse, Lehrgänge, Onlinekurse, Nachhilfe und interne Businesskurse.

domusscuola gewährleistet, dass Ihre Kursbestätigungen, Kurszertifikate und Zeugnisse nicht nur lokalen Charakter haben, sondern internationales Ansehen geniessen.

Die Dozenten bereiten Sie im massgeschneiderten Unterricht für die Sprachdiplome vor: FIRST, BEC, DELF, DALF, DILI, DELE, telc, fide Schweizer Sprachenpass.

Die Kurse richten sich nach den sechs Stufen des „Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens“ (GER) für Sprachen (A1, A2, B1, B2, C1, C2).

Fachkurse:

- Deutsch und Mathematik für Polizeiasspirant(inn)en zum Inhouse-Test Schritte 2 - Polizeinachwuchs Auswahlverfahren
- Vorbereitung fide Sprachnachweis
- Summercamp (Sommer Camp/campus estivo) für Kids, Teenager und Erwachsene
- Onlinekurse, online lernen mit digiPLATTFORM
- Online-Kurse Deutsch
- Online-Kurse Englisch
- Online-Kurse Französisch
- Online-Kurse Italienisch
- Online-Kurse Business
- Online-Kurse Spanisch
- Online-Kurse Vorbereitung Polizei
- Online Prüfungsvorbereitung
- Online Einstufungstest
- Sprachen für medizinisch Berufe - Basis- und Weiterbildungskurs / Medical English - Basic and advanced training course
- Business Life: Cabin Crew (Flight Attendant) / Banking & Finance / Human Resources / Automobile Industry / Engineering / IT- Professionals / Technical English
- Wirtschaft und Handel: Français au travail / Français au téléphone / Italiano commerciale / Español para los negocios / Deutsch Korrespondenz
- CZV - Kurse (Zulassungsverordnung) für Chauffeure , Buschauffeure, Fahrer, Ausbilder, anerkannt durch asa - Cambus - SARI
- Einbürgerungskurse Programm Gesellschaft zur Erleichterung des Einbürgerungsverfahrens

Tarif- und Zeitänderungen der Sprachkurse vorbehalten.

---

©Copyright domusscuola | developed by sli.communication



# EMOTIONEN



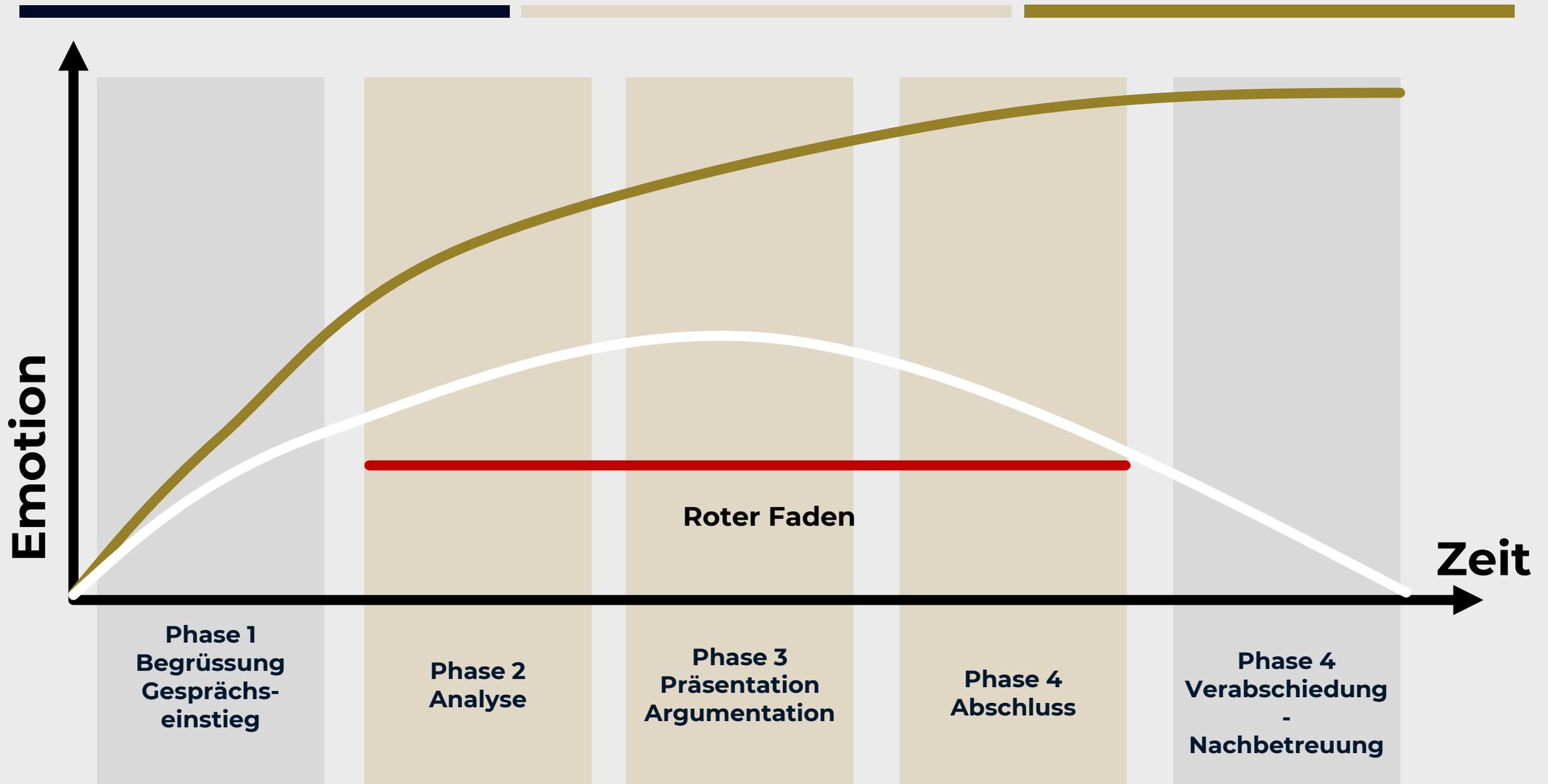
## **2 GRÜNDE WARUM KUNDEN KAUFEN**

### **1. zu 92 % aus der Emotion**

- **Du, deine Webseite, dein Unternehmen**

### **2. Aus dem Nutzen**

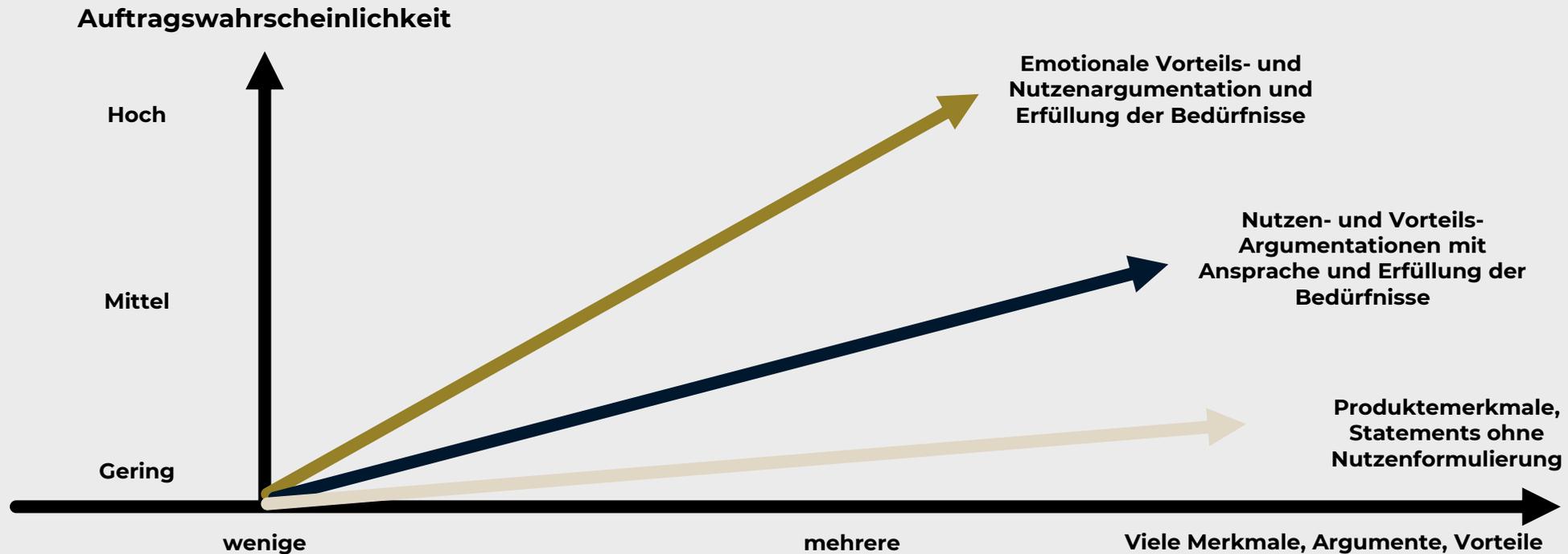
- **Was gibst du deinem Kunden für einen Nutzen**





# NUTZEN

# NUTZENARGUMENTATION



Moderne Lernsoftware hat ein freundliches Gesicht – damit Wissenstransfers auch digital klappt.



Happy Students vertritt modernste Lernsoftware, begleitet Implementierungen und sorgt für Mehrwert. Für Firmen, Unternehmer\*Innen und Bildungsinstitutionen – immer mit

## Gesponsert



happystudents.ch

<https://www.happystudents.ch> ⋮

## Happy Students - LMS Lernplattform

E-Learning Software-Technologien, nach den modernsten Prinzipien gestaltet. Profitieren Sie vom aktuellen Digitalisierungsschub mit der passenden E-Learning Software. Fachspezialisten. Bedarfsgerechter Service. Service-Pakete. Digitale Bildung.

# happystudents.ch

Domain-Informationen

Alle betroffenen Seiten anzeigen

Aktuelles Crawling: Vor 1 Minute    Nächstes Autocrawlen: in 2 Tagen

Kritiker



346

Warnungen



2,2k

Website-Score



49

Gecrawlte Seiten



297

Gelegenheiten



927

Hinweise



1,1k

Beheben Sie die unten aufgeführten Probleme und crawlen Sie die Website erneut, um zu sehen, wie sich Ihr Website-Score verbessert.

Von Google indizierte Seiten



78

## Liste der Probleme

Alle Probleme

Kritiker

Warnungen

Gelegenheiten

Hinweise

Keine Probleme

Sortiere nach: Standard



markus waser academy  
Sales Training - Consulting | Online-Marketing

Trainings für Unternehmen ▾ Onlinemarketing ▾ Coaching ▾ Über uns ▾ Online Academy



→ [Kostenloses Erstgespräch vereinbaren](#)

**Wir helfen Unternehmen einfacher, effektiver und erfolgreicher zu verkaufen. Online & offline.**



# VERTRAUEN



**Jürg Spiess**



**Robert Storni**

Four sticks of minipic are shown in their packaging: blue (picnic), red (the swiss snack), green (picnic), and red (the swiss snack). A fifth stick is shown unwrapped, revealing the wooden stick and the blue wrapper.

Der Klassiker

100% Schweizer  
Qualitätsfleisch

auch für  
Schwangere geeignet

nach bewährtem  
Traditions-Rezept

- glutenfrei
- laktosefrei
- enthält Traubenzucker

Ohne Kühlung  
haltbar!



**Werner Zahner**



## Floskeln

**Willkommen bei Spiess  
Tradition aus dem Rheintal**

- **Seit über 60 Jahren produzieren wir mit Leidenschaft Wurst- und Fleischwaren, sowie Schinken- und Speckprodukte. Wir verwenden dafür allerbestes Schweine-, Rind- und Kalbfleisch von Bauernbetrieben aus der Region.**

## Floskeln

**Unser Sortiment Ein kulinarisches Erbe der Schweiz**

- **Für unsere St. Galler Wurstspezialitäten, geräucherte Schinken, Speck & Würste sowie Pur Duroc Produkte verwenden wir unter dem Label «Spiess» ausschliesslich Schweizer Fleisch.**



**Wenn du dich für Produkte von Spiess entscheidest, investierst du in über 60 Jahre handwerkliche Erfahrung und Leidenschaft im Bereich der Fleischverarbeitung. Das bietet dir als Kunde höchste Qualität und unvergleichlichen Geschmack bei jedem Bissen.**

**Unsere engen Partnerschaften mit regionalen Bauernbetrieben garantieren, dass nur erstklassiges Schweine-, Rind- und Kalbfleisch in unseren Produkten verarbeitet wird.**

**Dies stärkt nicht nur deinen Gaumen, sondern auch deine Reputation als jemand, der Wert auf Qualität und regionale Herkunft legt.**

**Durch den Kauf unserer Waren unterstützt du die lokale Landwirtschaft und profitierst von einer nachhaltigen Produktion. Es ist eine Win-Win-Situation, die dir sowohl kulinarische als auch reputative Vorteile bietet.**



**EINFACHHEIT**

**Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung:**

[Betriebsmechaniker:in Technik & Unterhalt \(PDF\)](#)

[Fachkraft Qualitätssicherung\\_\(PDF\)](#)

[Praktikant:in Qualitätssicherung\\_\(PDF\)](#)

[Maschinenführende \(PDF\)](#)

[Ausgebildetes Fleischfachpersonal EBA/EFZ \(PDF\)](#)

[Mitarbeitende Spedition Frischfleisch \(PDF\)](#)

[Produktionsleitung-Stellvertretung\\_\(PDF\)](#)



**Dolores Armani-Knaus**

Personalmanagement

T+41 (0)71 747 40 50

[personal@spiessberneck.ch](mailto:personal@spiessberneck.ch)

## Jetzt bewerben

\* Pflichtfeld

Vorname \*

Nachname \*

Geburtsdatum \*

Adresse \*

PLZ \*

Ort \*

Telefon \*

E-Mail \*

Bewerbung als... \*

Deutschkenntnisse \*

Daten \*

Erlaubte Dateitypen: .pdf, .doc, .docx, maximale Dateimege: 64.0 MiB





markus waser academy

Sales Training - Consulting | Online-Marketing



Markus Waser

## Erstgespräch Bewerbung

 30 min

 Anruf

Wenn Sie an einem unserer Jobs interessiert sind, vereinbaren Sie gerne ein telefonisches Erstgespräch.

Ich melde mich persönlich bei Ihnen.

Herzliche Grüsse

Markus Waser

Telefon +41 44 921 20 20

[mw@markuswaser.com](mailto:mw@markuswaser.com)

[Cookie-Einstellungen](#)

[Missbrauch melden](#)

### Datum & Uhrzeit wählen

< September 2023 >

MO.	DI.	MI.	DO.	FR.	SA.	SO.
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

### Zeitzone

 Mitteleuropäische Zeit (10:20) ▾

### Verkauf

- [Wie erhöhe ich meinen Umsatz?](#)
- [Effektive Verkaufstechniken](#)
- [Kaltakquise Tipps](#)
- [Verkaufsgespräch führen](#)
- [Cross-Selling und Up-Selling](#)

Schweiz:  
Markus Waser Academy AG  
Alte Landstrasse 413  
CH-8708 Männedorf  
T. +41 44 921 20 20  
[info@markuswaser.com](mailto:info@markuswaser.com)

### Onlinemarketing

- [Wie funktioniert Online-Marketing](#)
- [Beste Online-Marketing-Strategien](#)
- [Social Media Marketing Tipps](#)
- [Content Marketing Beispiele](#)
- [E-Mail-Marketing Optimierung](#)

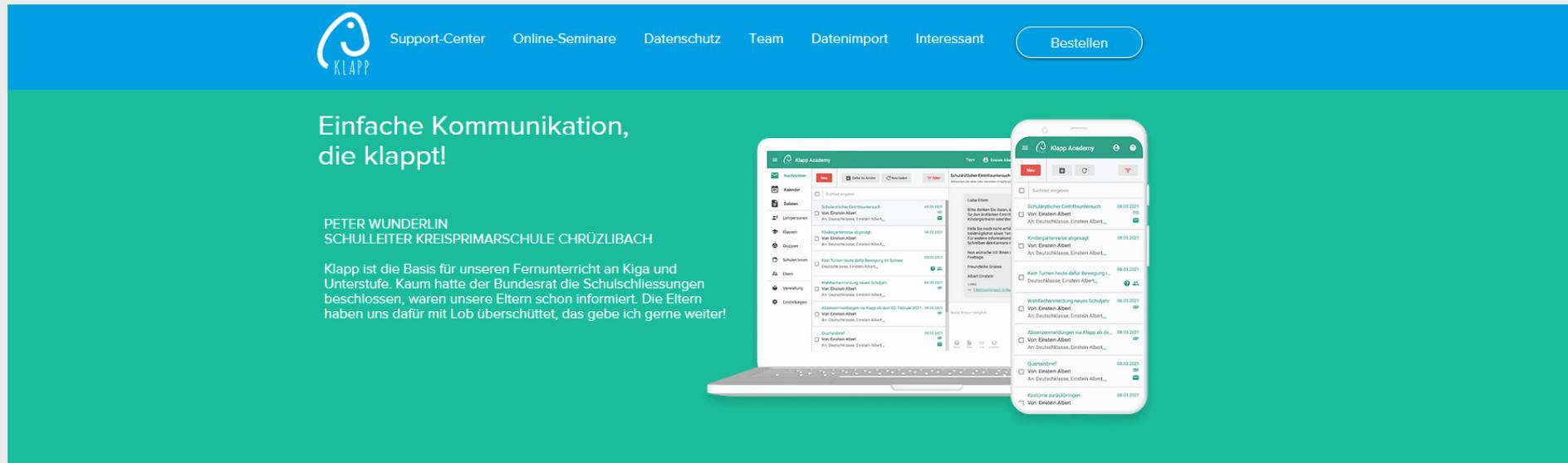
Deutschland:  
Markus Waser Academy AG  
Griesweg 11  
D-95448 Bayreuth  
T. +49 921-7303436  
[info@markuswaser.com](mailto:info@markuswaser.com)

Uns folgen:



# KLEINE VERÄNDERUNGEN – SEHR GROSSE WIRKUNG

## 900 SCHULEN



Support-Center Online-Seminare Datenschutz Team Datenimport Interessant [Bestellen](#)

### Einfache Kommunikation, die klappt!

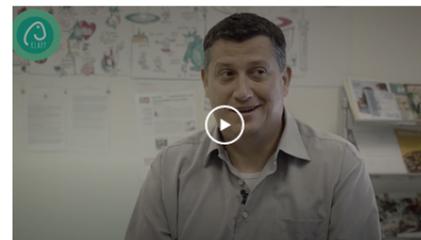
**PETER WUNDERLIN**  
SCHULLEITER KREISPRIMARSCHULE CHRÜZLIBACH

Klapp ist die Basis für unseren Fernunterricht an Kiga und Unterstufe. Kaum hatte der Bundesrat die Schulschliessungen beschlossen, waren unsere Eltern schon informiert. Die Eltern haben uns dafür mit Lob überschüttet, das gebe ich gerne weiter!

Klapp ist Ihr Dreh- und Angelpunkt für die gesamte Kommunikation

Ziel von Klapp ist es, Schulen ein einfaches digitales Kommunikationsmittel zu Verfügung zu stellen, um deren Vorteile auszuschöpfen, ohne dabei die Kontrolle zu verlieren. Unsere Erfahrung zeigt, dass die Lehrpersonen Rückmeldungen viel schneller erhalten und nicht mehr Antworten hinterherlaufen müssen. Die Eltern wiederum fühlen sich stärker in den Schulalltag ihres Kindes integriert und können besser unterstützen.

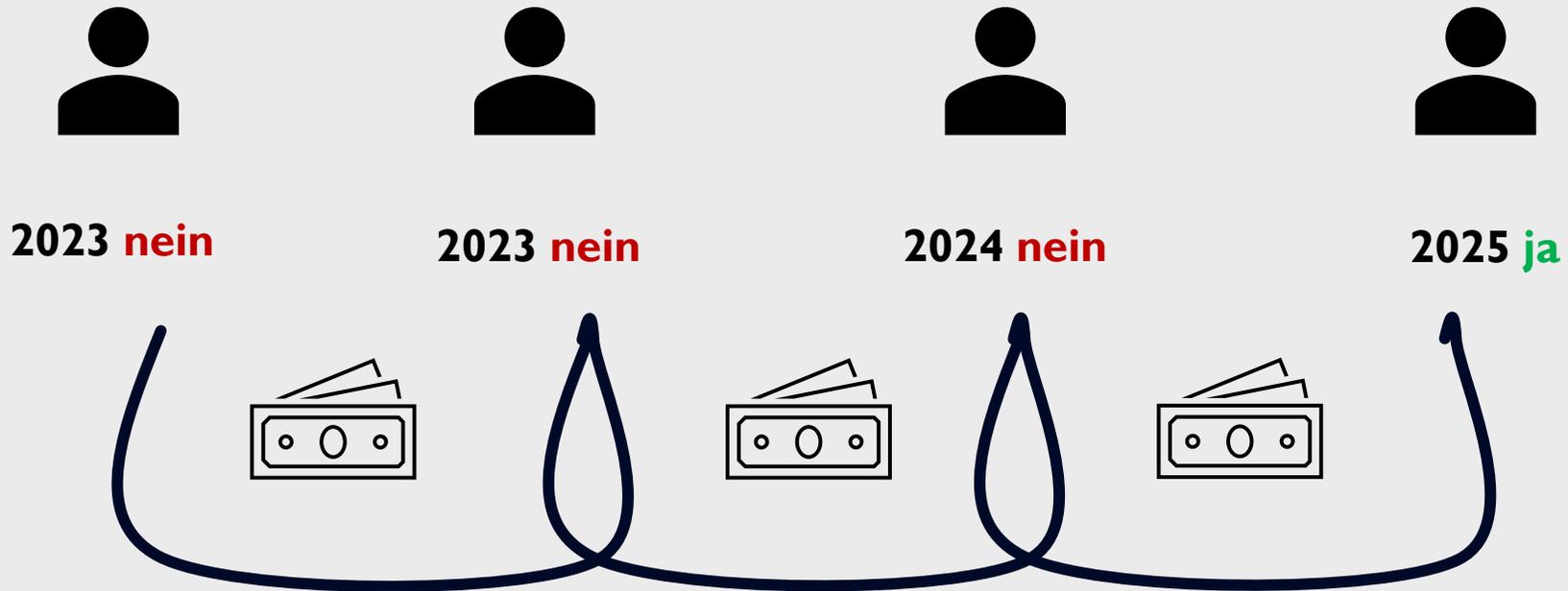
Klapp ist die bewährte Lösung, welche für die einfache, niederschwellige und informierende Kommunikation an der Schule gewinnbringend eingesetzt wird.



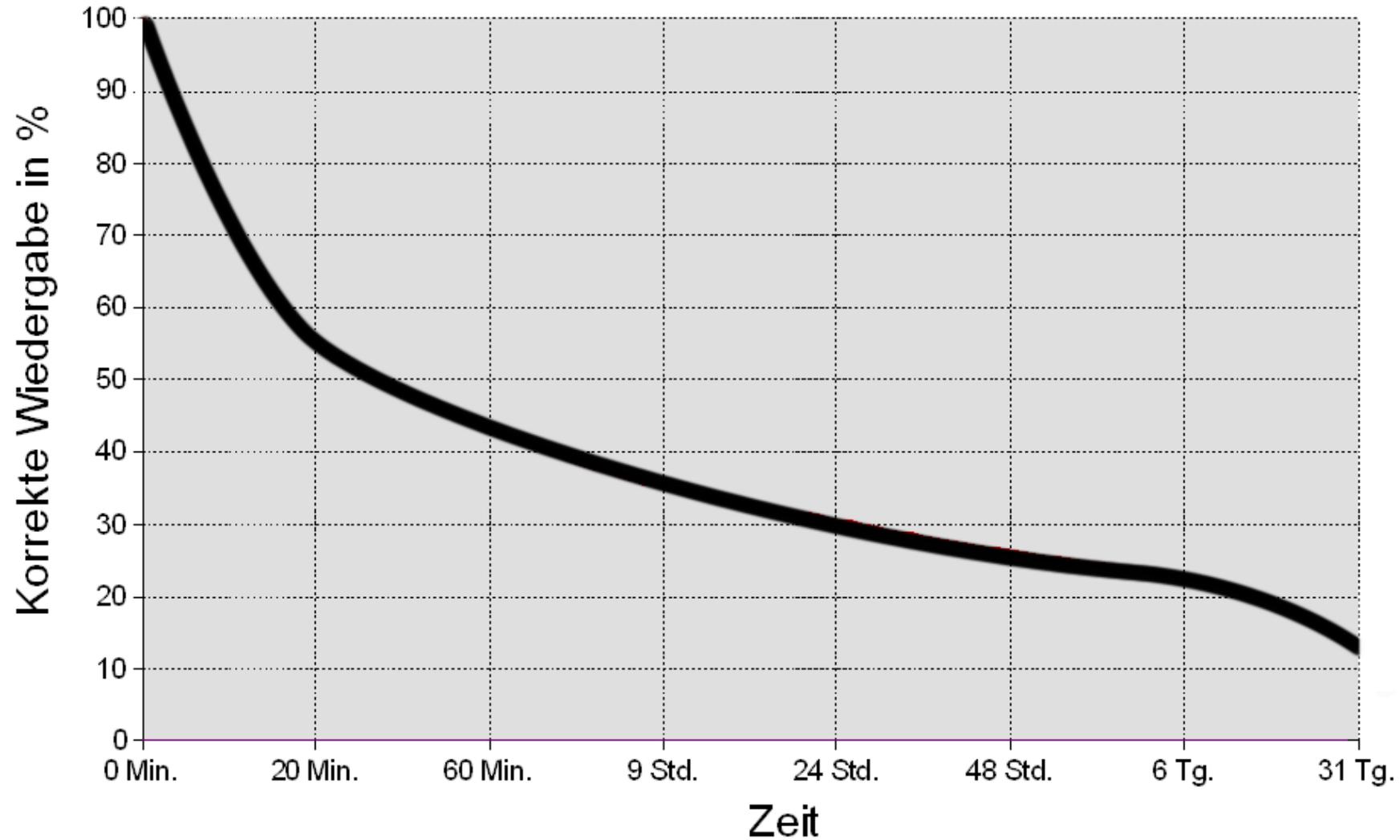


# VERGESSENSKURFE

# DEIN KUNDE KAUFF NICHT IMMER SOFORT



# Vergessenskurve nach Ebbinghaus



# VERKAUFSSTATISTIK

<b>Verkaufsstatistik</b>	
<b>44% der „Verkäufer“ geben auf nach dem 1x Nein</b>	<b>2% der Verkäufe beim ersten Kontakt</b>
<b>22% der „Verkäufer“ geben auf nach dem 2x Nein</b>	<b>3% der Verkäufe beim zweiten Kontakt</b>
<b>14% der „Verkäufer“ geben auf nach dem 3x Nein</b>	<b>5% der Verkäufe beim dritten Kontakt</b>
<b>12% der „Verkäufer“ geben auf nach dem 4x Nein</b>	<b>10% der Verkäufe beim vierten Kontakt</b>
<b>92% = der Summe aller geben auf beim 4x Nein</b>	<b>80% der Verkäufe beim 5. - 12. Kontakt</b>



# PSYCHOLOGIE IM VERKAUF

# FRAGEN STELLEN

**Fragen öffnen den Verkauf**



**Sprechen schliessen den Verkauf**



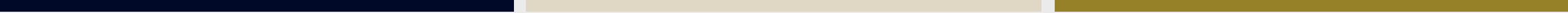
## **Bedarfsanalyse:**

- 1. "Was sind die wichtigsten Herausforderungen, die du in deinem aktuellen Prozess siehst?"**
- 2. "Was möchtest du mit unserer Lösung erreichen?"**
- 3. "Wie misst du den Erfolg der Lösung, die du suchst?"**



## **Produkt-/Dienstleistungsbezogen:**

- 4. "Wusstest du, dass unser Produkt X diese spezielle Funktion hat, die deine Produktivität um Y% steigern kann?"**
- 5. "Wie wichtig ist dir die Skalierbarkeit/Effizienz/Qualität in deinem Auswahlprozess?"**



## **Abschlussorientiert:**

- 6. "Wie dringend ist dieses Anliegen für dich?"**
- 7. "Was sind die nächsten Schritte, die du dir vorstellst?"**
- 8. "Kann ich dir ein Angebot unterbreiten, das genau auf deine Bedürfnisse zugeschnitten ist?"**



**Auf den Kunden zugeschnitten:**

**9. "Wie siehst du die Zusammenarbeit mit uns langfristig?"**

**10. "Was könnten wir tun, um dir die Entscheidung leichter zu machen?"**



## **Vertrauensaufbau:**

- 11. "Was hat dich dazu bewegt, nach einer Lösung wie unserer zu suchen?"**
- 12. "Hast du bereits Erfahrungen mit ähnlichen Produkten oder Dienstleistungen gemacht?"**



## **Wertorientiert:**

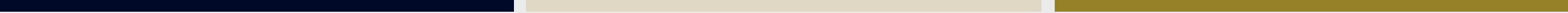
- 13. "Was wäre für dich der ideale Ausgang dieses Projekts?"**
- 14. "Wie hoch ist der ROI, den du erwartest, und in welchem Zeitrahmen?"**



## **Herausforderungen und Lösungen:**

**15. "Welche spezifischen Probleme sollen durch unsere Lösung gelöst werden?"**

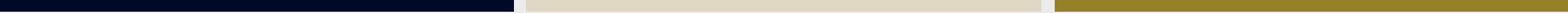
**16. "Gibt es interne Prozesse, die durch unsere Lösung optimiert werden könnten?"**



## **Entscheidungsfindung:**

**17. "Wer ist neben dir noch in den Entscheidungsprozess involviert?"**

**18. "Welche Kriterien sind für dich entscheidend bei der Auswahl eines Anbieters?"**



## **Vision:**

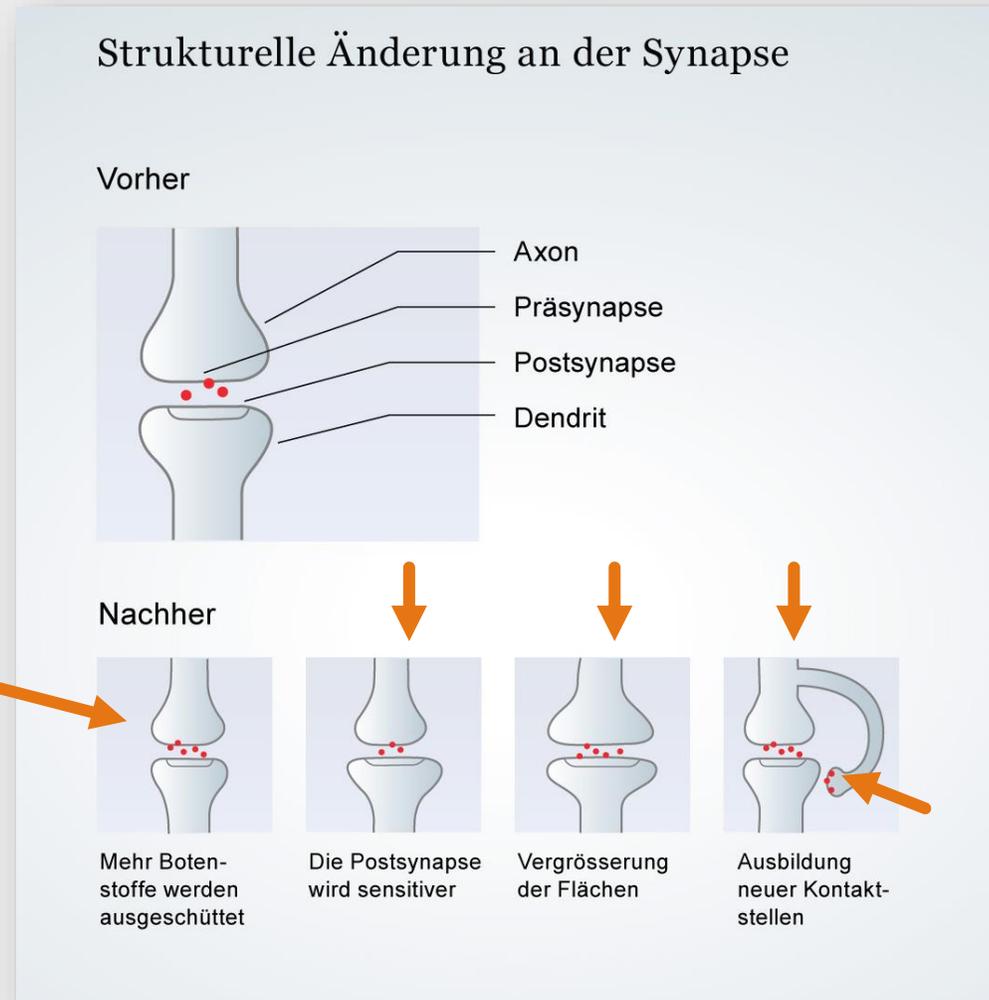
- 19. "Wo siehst du dein Unternehmen in fünf Jahren, und wie könnte unsere Lösung dazu beitragen?"**
- 20. "Welche langfristigen Ziele verfolgst du, und wie können wir dich dabei unterstützen?"**



**WENN DU NICHT IN DER BILDERSPRACHE  
SPRICHST, KOMMEN VORWÄNDE - EINWÄNDE**

# STRUKTURELLE ÄNDERUNG AN DER SYNAPSE

- **Bildersprache und eine spezielle Präsentation bei den Kunden**
- **Durch Wiederholungen kann der perfekte Verkauf erlernt werden.**





Semantisches Gedächtnis;  
Termine, Nummern, Größen,  
immer das gleiche

[WWW.MARKUSWASER.COM](http://WWW.MARKUSWASER.COM)

Episodisches Gedächtnis;  
Geschichten, Erlebnisse,  
Überraschungen

**UNSER GEHIRN  
VERARBEITET VISUELLE  
INFORMATIONEN 60'000-  
MAL SCHNELLER ALS  
REINEN TEXT**







# PSYCHOLOGIE EINWAND

- 
- 1. "Das ist zu teuer."**
  - 2. "Ich muss das mit meinem Team/meinem Chef besprechen."**
  - 3. "Wir sind bereits mit einem anderen Anbieter zufrieden."**
  - 4. "Wir haben jetzt keine Zeit für eine Umstellung."**
  - 5. "Ich sehe den Mehrwert nicht."**
  - 6. "Das klingt alles kompliziert."**
  - 7. "Wir haben bereits intern jemanden für diese Aufgaben."**
  - 8. "Können wir das später nochmal besprechen?"**
  - 9. "Wie unterscheidet sich dein Angebot von der Konkurrenz?"**
  - 10. "Ich muss darüber nachdenken."**

# WAS MACHST DU JETZT?

## 1. Ignorieren des Einwands

1. Kunde: "Das ist zu teuer."
2. Verkäufer: "Nun, du bekommst, wofür du bezahlst."

## 2. Unterbrechen oder Übergehen

1. Kunde: "Ich muss das mit meinem Team besprechen."
2. Verkäufer: "Das ist unnötig. Unsere Produkte sprechen für sich."

## 3. Herablassende oder patzige Antworten

1. Kunde: "Ich sehe den Mehrwert nicht."
2. Verkäufer: "Dann verstehst du wohl nicht viel von diesem Geschäft."

## 4. Fehlende Empathie oder Verständnis

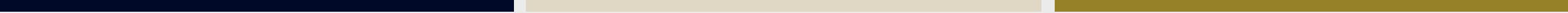
1. Kunde: "Wir haben jetzt keine Zeit für eine Umstellung."
2. Verkäufer: "Wenn du keine Zeit hast, bist du wohl nicht an Verbesserungen interessiert."

## 5. Unqualifizierte Zusagen oder Versprechungen

1. Kunde: "Wie unterscheidet sich dein Angebot von der Konkurrenz?"
2. Verkäufer: "Wir sind die Besten, glaub mir. Du brauchst keine anderen Angebote zu prüfen."

## 6. Nicht auf den spezifischen Einwand eingehen

1. Kunde: "Das klingt alles kompliziert."
2. Verkäufer: "Online-Marketing ist eben ein komplexes Feld. Damit musst du klarkommen."



```
graph LR; A[Stossdämpfer] --> B[Story]; B --> C[Termin oder Abschluss];
```

**Stossdämpfer**

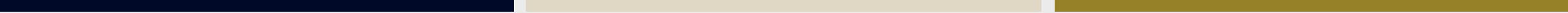
**Story**

**Termin oder  
Abschluss**



**PREIS**

**Mal abgesehen vom  
Preis sind wir Ihr Favorit**



**Bei einer Skala von 0-  
10 wo stehen wir**

**Kunde: "Ehrlich gesagt, finde ich euer Angebot zu teuer."**

- **Verkäufer: "Ich verstehe deine Bedenken bezüglich der Kosten, und ich schätze deine Offenheit. Darf ich dir eine kurze Geschichte erzählen, um dir den wirklichen Wert unseres Angebots näherzubringen?"**

**Kunde: "Klar, ich höre zu."**

- **Verkäufer: "Vor etwa einem Jahr kam ein Kunde zu uns, der in einer ähnlichen Situation war wie du jetzt. Er betreibt ein kleines Unternehmen und war anfangs auch skeptisch wegen der Investition. Er hatte die Wahl, entweder weiterhin mit günstigeren, aber weniger effizienten Lösungen zu arbeiten oder in unsere Dienste zu investieren. Nach einigem Zögern entschied er sich, uns eine Chance zu geben."**
- **Innerhalb der ersten drei Monate unserer Zusammenarbeit konnten wir seinen Umsatz um 25% steigern und die Effizienz seines Marketingteams um 40% verbessern. Die Kosten für unsere Dienste wurden nicht nur gedeckt, sondern er konnte zusätzlich noch Gewinne erzielen. Heute ist er einer unserer zufriedensten Kunden und hat die Zusammenarbeit mit uns als eine der besten Investitionsentscheidungen seiner Karriere bezeichnet."**

**Kunde: "Das klingt beeindruckend."**

- **Verkäufer: "Was ich damit sagen möchte, ist, dass eine Investition in unsere Dienste nicht nur eine kurzfristige Ausgabe ist, sondern eine langfristige Investition in den Erfolg deines Unternehmens. Wir bieten nicht nur einen Service an, sondern eine Partnerschaft, die darauf abzielt, deinen Erfolg zu steigern und dich auf das nächste Level zu bringen."**

**Kunde: "Euer Angebot ist wirklich teuer."**

- **Verkäufer: "Ich verstehe deine Bedenken bezüglich des Preises vollkommen. Dürfte ich dir eine Geschichte erzählen, die diesen Punkt vielleicht in ein neues Licht rückt?"**

**Kunde: "Ja, gerne.,"**

- **Verkäufer: "Ein guter Freund von mir ist leidenschaftlicher Fotograf. Als er anfang, kaufte er eine günstige Kamera, um Geld zu sparen. Aber schon nach ein paar Monaten merkte er, dass die Qualität der Fotos und die Funktionen einfach nicht seinen Ansprüchen genügten. Er ärgerte sich über die verpassten Gelegenheiten für grossartige Fotos und die Zeit, die er damit verbracht hatte, die Mängel der günstigen Kamera zu kompensieren.**
- **Schliesslich investierte er in eine professionelle Kamera und die Veränderung war enorm. Die Bildqualität, die Funktionen, die Zuverlässigkeit – alles war dem alten Modell weit überlegen. Und am wichtigsten: Er verpasste keine Gelegenheiten mehr und konnte seiner Leidenschaft ohne Einschränkungen nachgehen. Letztendlich bereute er es, nicht gleich in die bessere Ausrüstung investiert zu haben. Er hat erkannt, dass man manchmal ein wenig mehr investieren muss, um wirklich zufriedenstellende Ergebnisse zu erzielen."**

**Kunde: "Ich sehe, worauf du hinauswillst."**

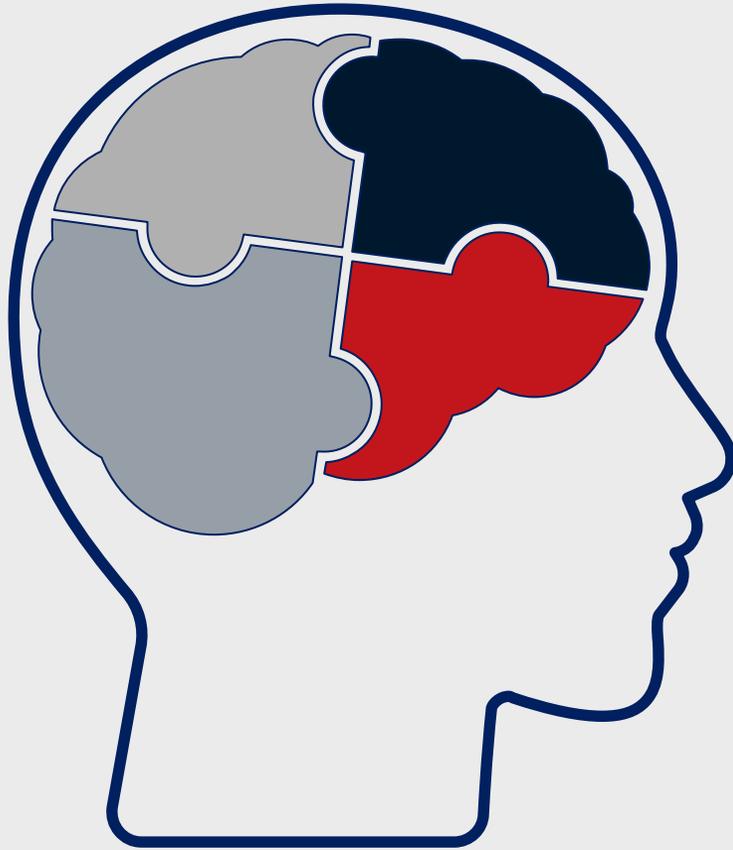
- **Verkäufer: "Genau wie bei der Kamera geht es bei unserer Dienstleistung darum, in Qualität und Zuverlässigkeit zu investieren. Die anfängliche Investition mag höher sein, aber die langfristigen Vorteile und die Qualität der Ergebnisse rechtfertigen diesen Preis. Wenn du es als Investition in den langfristigen Erfolg deines Unternehmens betrachtest, wirst du feststellen, dass es sich mehr als auszahlt."**



# MINDSET

---

**Wer möchte mir – uns  
sein Produkt-  
Dienstleistung  
verkaufen?**



## NICHT DIE TECHNIK MACHT ES AUS.

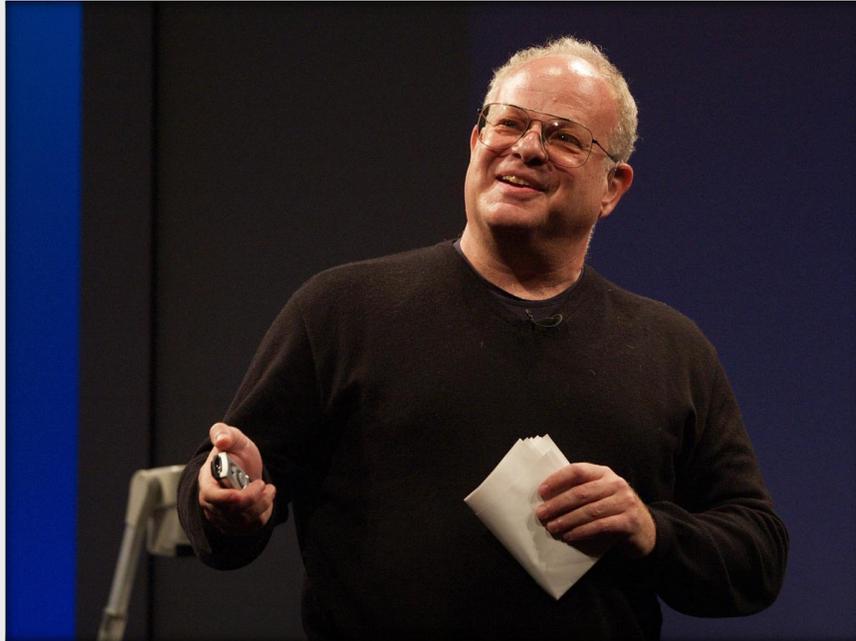
82 % *EINSTELLUNG | MINDSET*

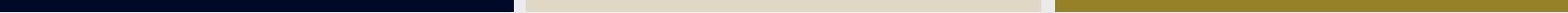
18 % *TECHNIK*

100 % *PERSÖNLICHKEIT IST ALLES*

0 % *FACHWISSEN SETZT DER KUNDE  
VORAU*

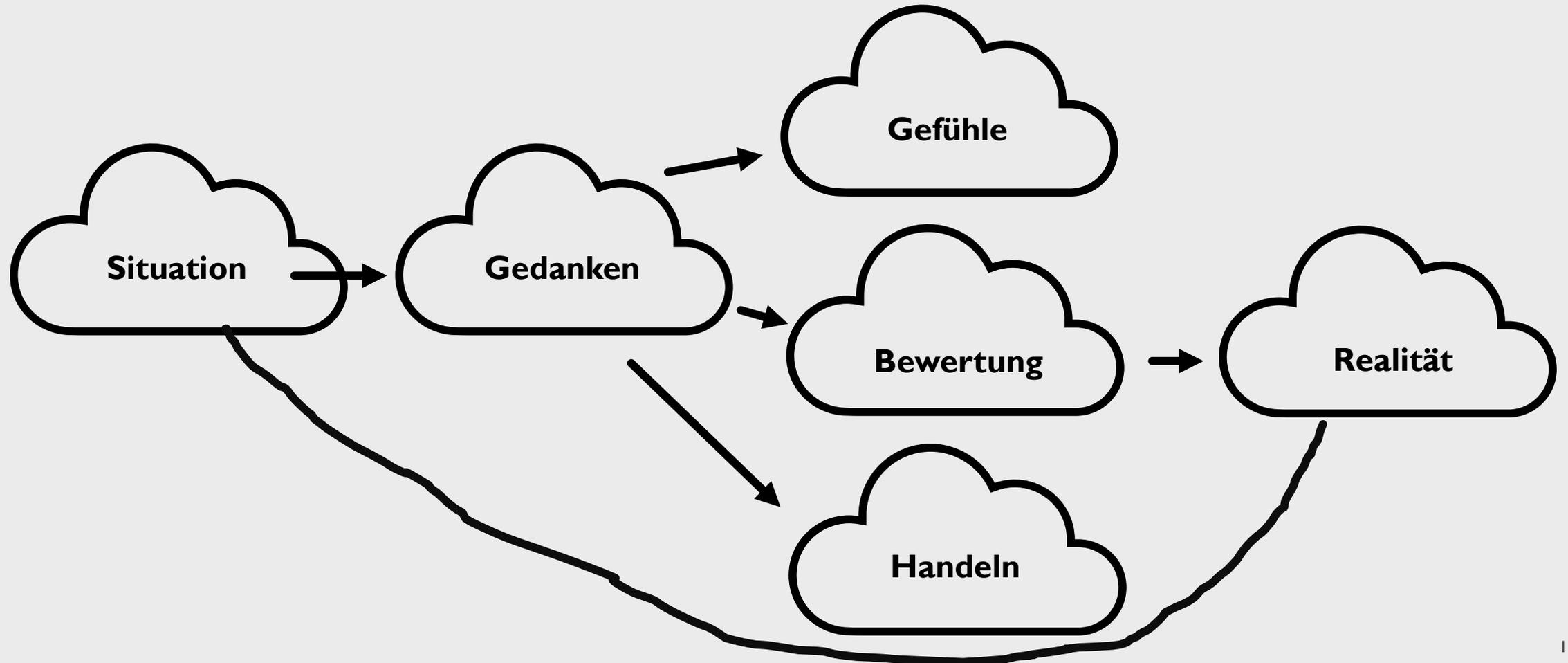
# PROFESSOR MARTIN SELIGMAN



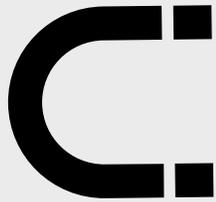
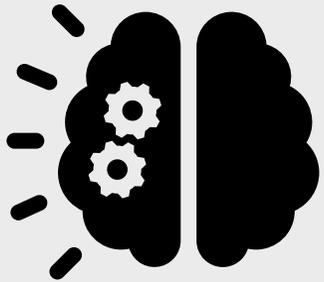
- 
- **Er wählte bei der Versicherung Met Life aus den bereits abgelehnten Bewerbern eines Jahrgangs die 100 stärksten Optimisten aus.**

- **Das Ergebnis; Die Sondergruppe entwickelte sich hervorragend.**
- **Im ersten Jahr verkauften die neu eingestellten optimistischen Mitarbeiter 21% mehr Versicherungen, als die der regulären Gruppe.**
- **Im zweiten Jahr waren es 57% mehr.**

# WIE UNSERE GEDANKEN UNSERER REALITÄT VERÄNDERN



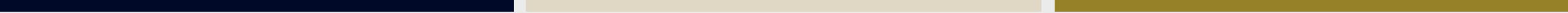
# DEINE GEDANKEN SIND EIN MAGNET



Denkst du positiv, wirst du auch  
Positives anziehen



Siehst du nur Probleme, wirst du  
auch Probleme anziehen

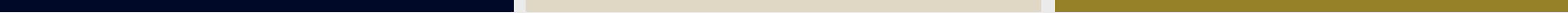


## **WAS GENAU MACHST DU?**

- **Verkaufen?**
- **Mehrwert erzeugen für deinen Kunden?**

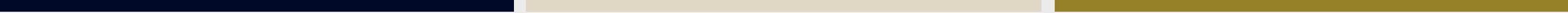
# PLANEN – TELEFON-AKQUISE

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
10-11	10-11	10-11	10-11	
				14-16



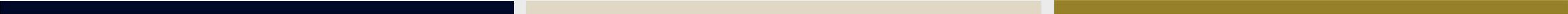
## **ABLAUF**

- **In 60 Minuten 20 Anrufe**
- **8 Kunden erreicht**
- **8 Gespräche**
- **1 Termin**



# ABLAUF

- **8 Gespräche**
- **1 Termin**



# 8-12-MAL ANRUFEN

**September**

**Dezember**

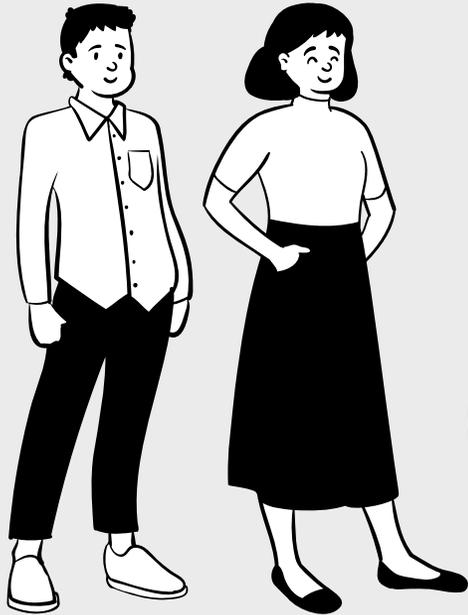
**April**

**Juli**



# VERKAUFSSTATISTIK

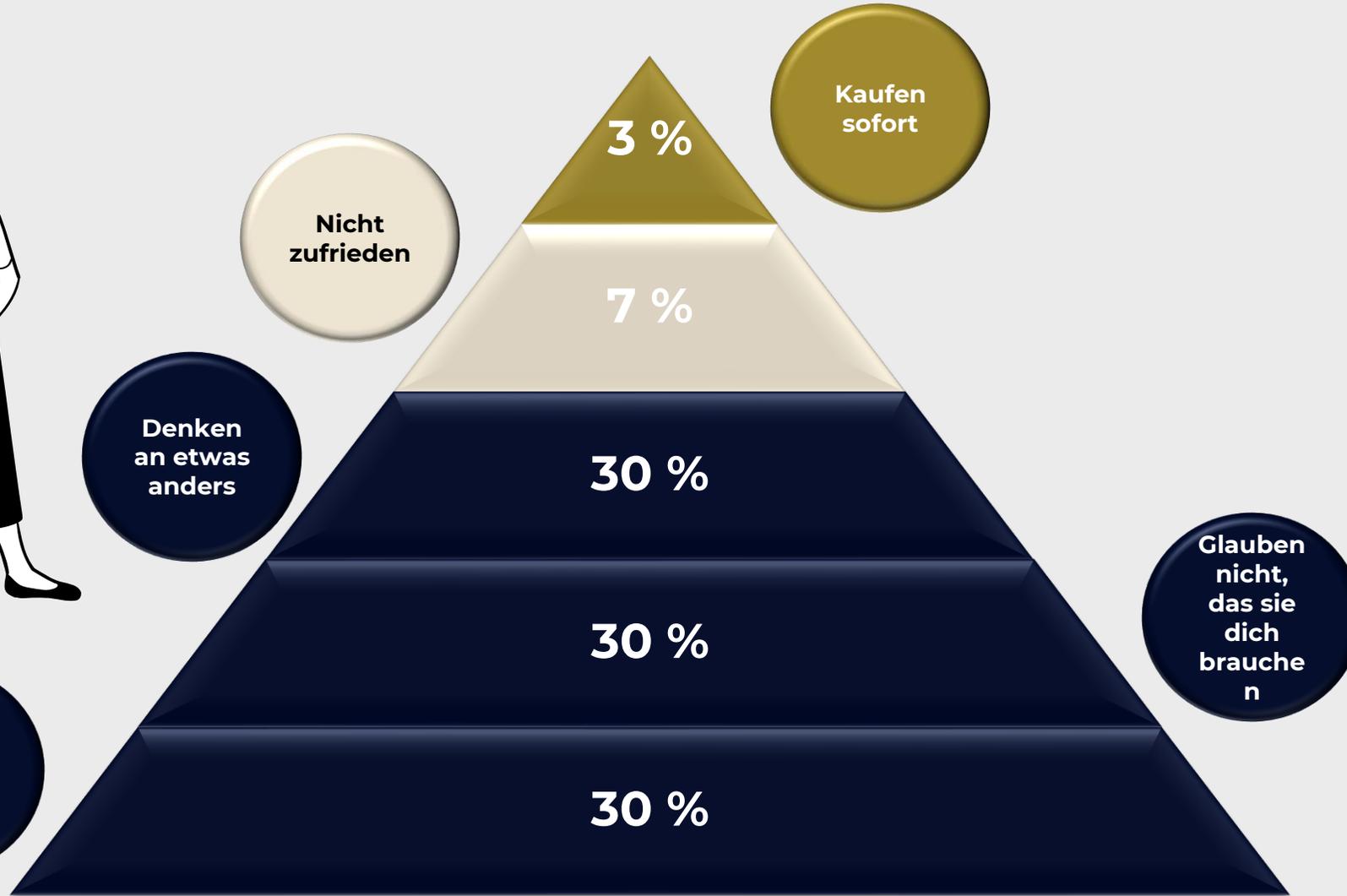
Verkaufsstatistik	
44% der „Verkäufer“ geben auf nach dem 1x Nein	2% der Verkäufe beim ersten Kontakt
22% der „Verkäufer“ geben auf nach dem 2x Nein	3% der Verkäufe beim zweiten Kontakt
14% der „Verkäufer“ geben auf nach dem 3x Nein	5% der Verkäufe beim dritten Kontakt
12% der „Verkäufer“ geben auf nach dem 4x Nein	10% der Verkäufe beim vierten Kontakt
<b>92% = der Summe aller geben auf bis 4x Nein</b>	<b>80% der Verkäufe beim 5. -12. Kontakt</b>



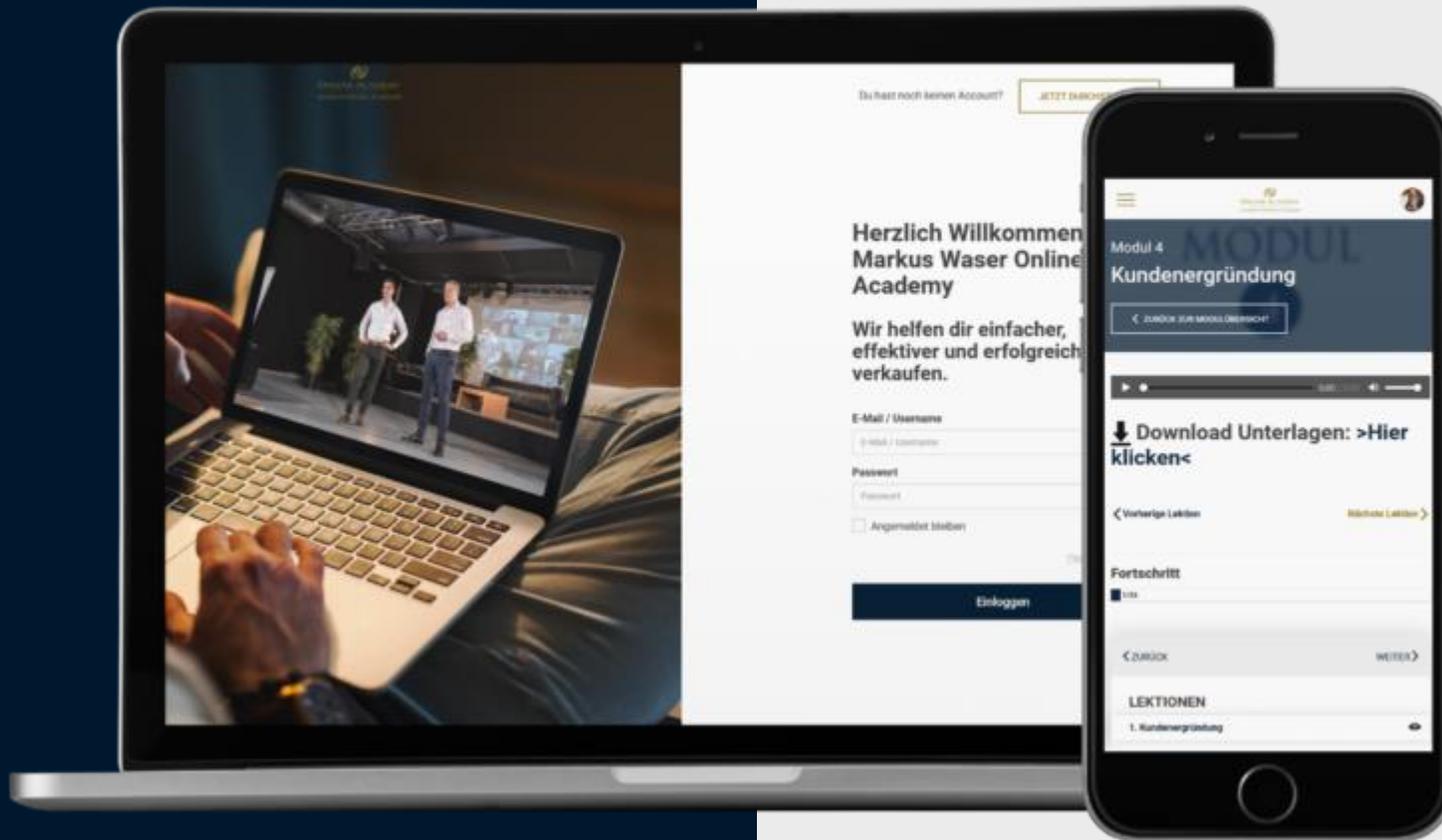
Sind zufrieden mit dem, was sie haben

Denken an etwas anders

Nicht zufrieden



# 97.- ONLINE-ACADEMY + MWST 104.47.-





# KUNDENGEWINNUNG

# 2 ARTEN VON KUNDEN-GEWINNUNG

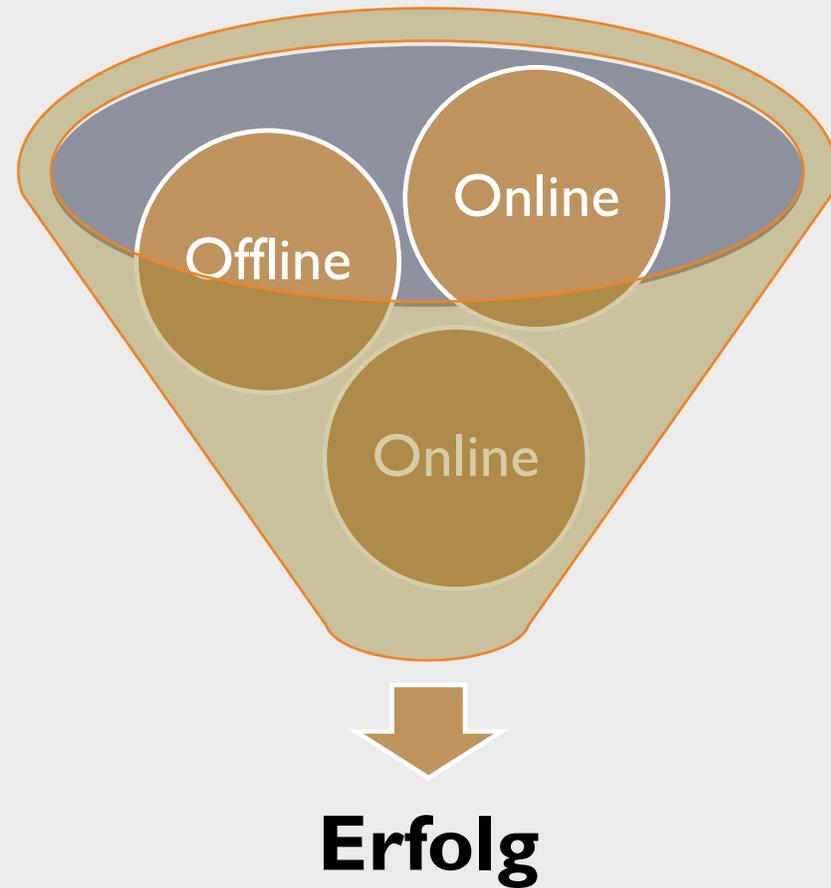
## Online

- Google SEA-SEO
- Facebook
- Instagram
- TikTok
- LinkedIn
- YouTube
- E-Mail-Marketing
- Pinterest
- Webseite
- Webinare
- Fachvorträge
- E-Learning Plattform
- Online PR
- Kundenberatungen
- Influencer Marketing
- Content Marketing

## Offline

- Bestandes Kunden anrufen
- Kaltakquise per Telefon
- Briefe versenden
- Video-Karte versenden
- E-Mail schreiben und dann anrufen
- Zeitungsinserat
- Buswerbung
- Plakatwerbung in deiner Region
- Publireportagen
- Redner – Fachvorträge
- Messen
- Gewerbe-Ausstellungen
- Info-Abende
- Info-Veranstaltungen
- Empfehlungen

# MIX





# KUNDEN-GEWINNUNG B2B OFFLINE

# LinkedIn- Automatisierungstool für intelligente Kontaktaufnahme

Die überwiegende Mehrheit der Profile auf LinkedIn gehören Menschen aus dem Geschäftsleben, die aus verschiedenen Geschäftsumgebungen stammen. Dies bietet die Möglichkeit, für fast jedes Unternehmen zielgerichtete B2B-Kunden zu finden. Alles, was Sie brauchen, ist Funnel-Automatisierung. Unsere Linked Helper-Software automatisiert den Weg, um Kunden zu finden und sie in treue Kunden zu verwandeln. Unsere Tools bieten die Möglichkeit, für fast jedes Unternehmen, das Geschäftsleben bedient, zielgerichtete B2B-Kunden zu erhalten. Alles, was Sie brauchen, ist die Funnel-Automatisierung. Die Linked Helper-Software automatisiert den Weg, um Kunden anzuziehen und sie in treue Kunden zu verwandeln.



Download

Übersicht ansehen

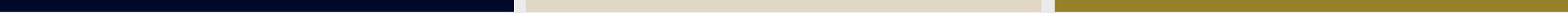


# LinkedIn Leistung mit Linked Helper Kosten

1 Monat	3 Monate <span>-11%</span>	6 Monate <span>-33%</span>	12 Monate <span>-45%</span>
<b>Probeabo</b> <b>Kostenlos</b> Die wichtigsten Funktionen, die Sie benötigen, um mit der kostenlosen LinkedIn-Automatisierung zu beginnen.	<b>Standard</b> <b>\$8.25 / Monat</b> Eine Standard-Suite der am häufigsten verwendeten Funktionen für wachsende Unternehmen mittels LinkedIn-Automatisierung für Nachrichten und Data Scraping. <b>\$99 insgesamt</b>	<b>Pro</b> <b>\$24.75 / Monat</b> Maximale Funktionalität für Unternehmen, die alle Möglichkeiten der automatisierten Lead-Generierung über LinkedIn nutzen. <b>\$297 insgesamt</b>	
<b>14-TÄGIGE TESTVERSION ERHALTEN</b>	<b>JETZT KAUFEN</b>	<b>JETZT KAUFEN</b>	



# KUNDENGEWINNUNG B2C OFFLINE



## **EMPFEHLUNGEN**

# **Mit Empfehlungen arbeiten**



**ONLINE**

**GOOGLE**

- **Schätzungen gehen davon aus, dass es 8,5 Milliarden täglich sind.**
- **Eine Umfrage von MOZ hat ergeben, dass 77 Prozent der Nutzenden Google mindestens dreimal täglich verwenden.**

## SNIPPET

- **Featured Snippet landen. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch, wie viele Suchanfragen ohne Klick auf eine Website enden.**

**GOOGLE**

## Die ersten Suchergebnisse dominieren

- **Platz 1: 39,2 Prozent**
- **Platz 2: 15,45 Prozent**
- **Platz 3: 8,57 Prozent**
- **Platz 4: 5,58 Prozent**
- **Platz 5: 3,95 Prozent**
- **Platz 6-10 (kumuliert): 10,91 Prozent**

# GOOGLE ADS

- Laut einer Erhebung von WordStream beträgt die durchschnittliche Click-Through-Rate in Google Ads über alle Branchen hinweg 1,91 Prozent im Suchnetzwerk und 0,35 Prozent im Displaynetzwerk. CTR
- In Europa bekommen Unternehmen im Durchschnitt für jeden Euro, den sie in Ads investieren, acht Euro zurück.
- Vielleicht ist das der Grund, dass 81 Prozent der befragten europäischen Unternehmen sich einig sind, dass die Onlinesuche wichtig ist, um von Kunden gefunden zu werden.

## POTENTIAL

- Die Untersuchung von Public First hat deutliche Auswirkungen der Google-Nutzung auf das Arbeitsleben in Europa gezeigt.
- Jedes Jahr **nutzen 68 Prozent** der europäischen Google-Nutzenden die Suche, um neue **Fähigkeiten zu erlernen**.
- **48 Prozent** suchen darüber einen neuen **Job**.

## POTENZIAL

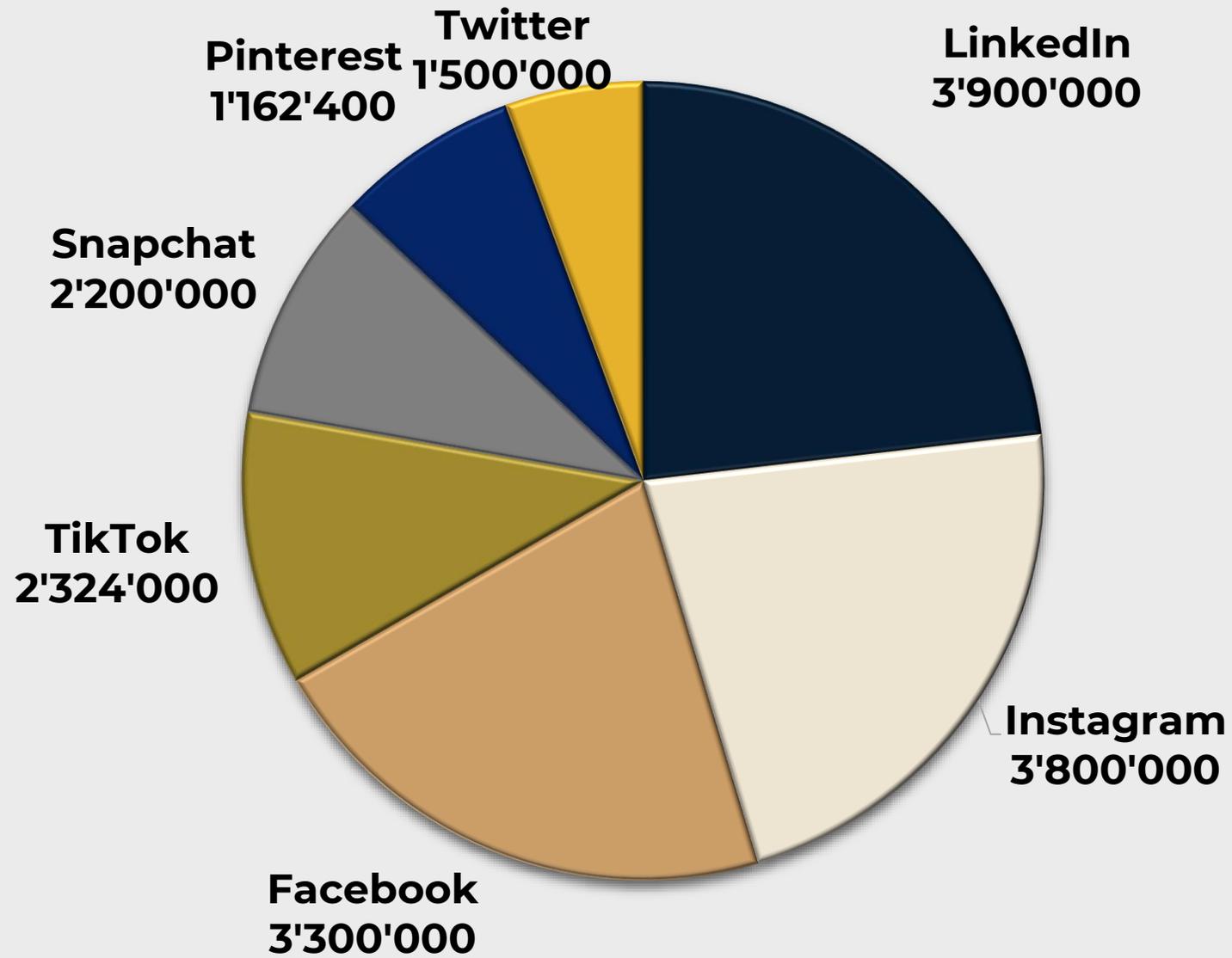
- In der Schweiz ist es sogar wahrscheinlicher, dass in einer durchschnittlichen
- Arbeitswoche die **Google-Suche** genutzt wird als ein **Computer oder ein Auto**.

**VERKAUFS-  
PSYCHOLOGIE**

- **Also was machst du  
jetzt?**

**TERMIN VEREINBAREN**







## 2 MÖGLICHKEITEN

### ORGANISCH

- 3-5 Jahre

### Ads - Werbung

- Sofort Erfolg



# ORGANISCH



## ORGANISCH

- **300 Freunde, die immer alles sehen und vermutlich nie bei dir kaufen**

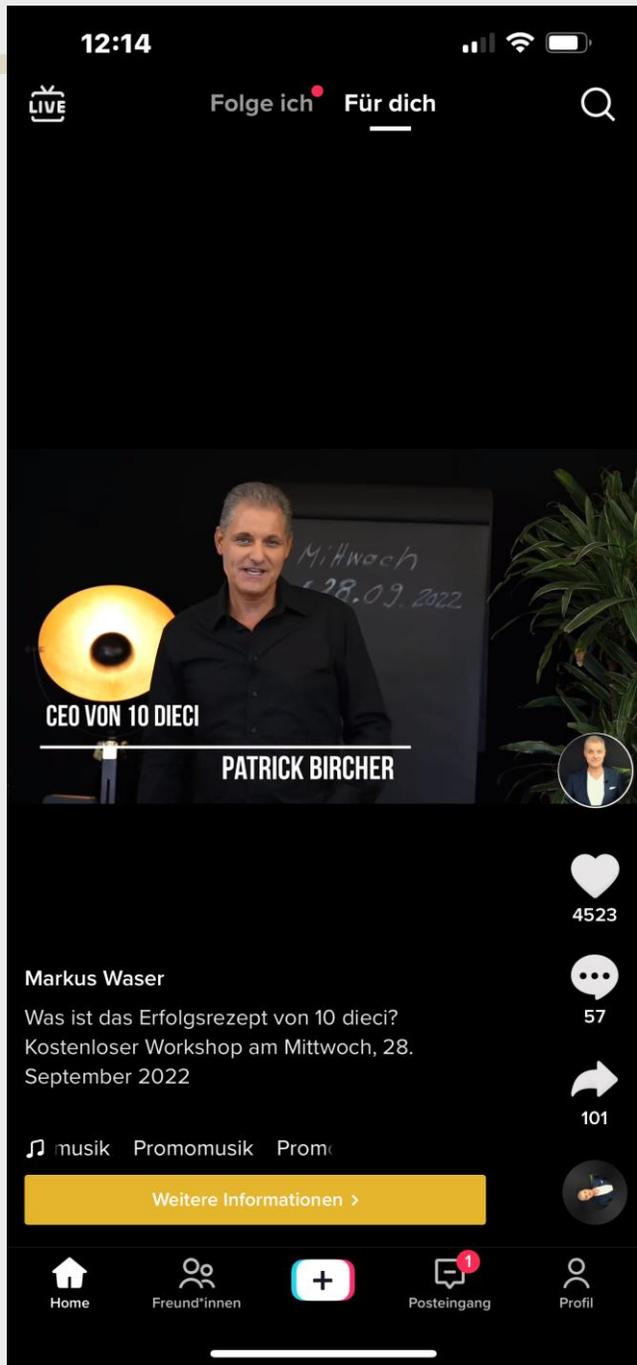
## GROSSER UNTERSCHIED

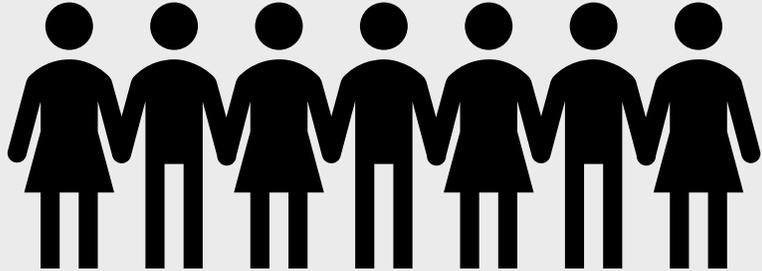
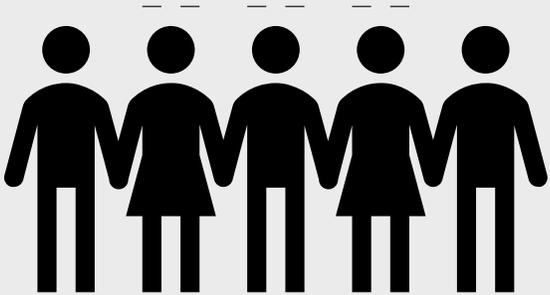
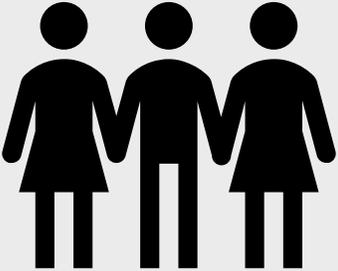
**FB - Insta**

- **Nur  
Freunde**

**Tik-Tok**

- **Algorith  
mus**







# ADS-WERBUNG

Henry Ford sagte;

Die Hälfte der Werbung ist  
zum Fenster hinaus  
geworfenes Geld.  
Leider kann mir niemand  
sagen, welche Hälfte!





## ADS

- **Gezielte Werbung auf deine Wunsch Kunden**

# ANZEIGEN



**Markus Waser Academy**  
Anzeige · 🌐

Mehr Neukunden, Mitarbeiter und Umsatz, durch eine verkaufsoptimierte Webseite, Google... Mehr anzeigen



Flyer, Zeitungsanzeigen und Job-Portale bringen kaum noch Anfragen und passende Bewerber.

VERKAUFS-AUSBILDUNG.COM  
**Neukunden- und Mitarbeitergewinnung** [Mehr dazu](#)

👍 6 131 Tsd. Aufrufe

👍 Gefällt mir    💬 Kommentieren    ➦ Teilen

# NICHT SOFORT VERKAUFEN

**Mehr Neukunden, Mitarbeiter und Umsatz, durch eine verkaufsoptimierte Webseite, Google und Social-Media.**



➤ [Kostenloses Erstgespräch vereinbaren](#)

**Bringen Sie Ihr Angebot auf den Punkt.**

- **Sobald Ihre Interessenten den Nutzen** und den **Mehrwert** auf einen Blick erkennen, werden sie bei Ihnen kaufen.
- **Verstehen Ihre Kunden Ihr Angebot nicht innert Sekunden**, schauen sie nur auf den Preis und sind dann meistens weg.

**Wir gestalten und texten Ihre Webseite** und Ihren **Social Media Auftritt verkaufsoptimiert**. Unsere Spezialisten analysieren Ihren aktuellen Auftritt und erarbeiten mit Ihnen eine massgeschneiderte Lösung.

# ONLINE-TERMIN



**markus waser academy**  
Sales Training - Consulting | Online-Marketing



**Markus Waser**  
**Potenzialanalyse**

 45 min

**In einem kostenlosen 45 minütigen Gespräch,** erklären wir Ihnen, wie unsere Strategie funktioniert und welches Potenzial in Ihrer Region für Ihre Branche steckt.

**Wir zeigen Ihnen** Kundenbeispiele und was haben sie erreicht.

**Wir geben Ihnen** transparente Informationen zu unseren Leistungen und Preis.

[Cookie-Einstellungen](#)

### Datum & Uhrzeit wählen

< Mai 2023 >

MO.	DI.	MI.	DO.	FR.	SA.	SO.
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	<b>30</b>	31				

**Zeitzone**  
 Mitteleuropäische Zeit (11:27) ▼

# VIDEOS



# ERKLÄR-VIDEO



# RE-MARKETING



**Markus Waser Academy**  
Anzeige · 🌐

Mehr Neukunden, Mitarbeiter und Umsatz, durch eine verkaufsoptimierte Webseite, Google... Mehr anzeigen



verkaufsausbildung.com  
**Neukunden- und  
Mitarbeitergewinnung** [Mehr dazu](#)

[10.8 Tsd. Aufrufe](#)

👍 Gefällt mir    💬 Kommentieren    ➦ Teilen

# RE-MARKETING



A screenshot of a Facebook post from Markus Waser Academy. The post features an illustration of a woman and a man in business attire sitting in armchairs, with a clock on the wall behind them. The text of the post discusses customer and employee acquisition through a sales-optimized website. The post includes a video player with a volume icon, a link to 'verkaufsausbildung.com', and engagement statistics showing 2.9 thousand views.

**Markus Waser Academy** Anzeige · 🌐

Mehr Neukunden, Mitarbeiter und Umsatz, durch eine verkaufsoptimierte Webseite, Google... Mehr anzeigen

Ihr Zeitaufwand: eine halbe Stunde wöchentlich.

verkaufsausbildung.com  
**Neukunden- und  
Mitarbeitergewinnung**

Mehr dazu

2.9 Tsd. Aufrufe

👍 Gefällt mir    💬 Kommentieren    ➦ Teilen

**Markus Waser Academy** Anzeige ·

Mehr Neukunden, Mitarbeiter und Umsatz, durch eine verkaufsoptimierte Webseite, Google... Mehr anzeigen

Flyer, Zeitungsanzeigen und Job-Portale bringen kaum noch Anfragen und passende Bewerber.

VERKAUFS-AUSBILDUNG.COM  
**Neukunden- und Mitarbeitergewinnung** Mehr dazu

6 131 Tsd. Aufrufe

Gefällt mir Kommentieren Teilen

**Markus Waser Academy** Anzeige ·

Mehr Neukunden, Mitarbeiter und Umsatz, durch eine verkaufsoptimierte Webseite, Google... Mehr anzeigen

Flyer, Zeitungsanzeigen und Job-Portale bringen kaum noch Anfragen und passende Bewerber.

verkaufsausbildung.com  
**Neukunden- und Mitarbeitergewinnung** Mehr dazu

**Markus Waser Academy** Anzeige ·

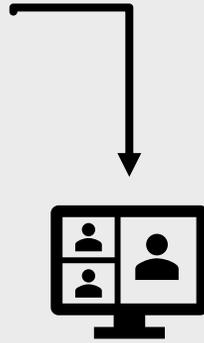
Mehr Neukunden, Mitarbeiter und Umsatz, durch eine verkaufsoptimierte Webseite, Google... Mehr anzeigen

Ihr Zeitaufwand: eine halbe Stunde wöchentlich.

verkaufsausbildung.com  
**Neukunden- und Mitarbeitergewinnung** Mehr dazu



1. **Kampagne** erstellen für LinkedIn, Facebook-Instagram, Google oder-YouTube. **Mit diesen Kampagnen werden** wir Ihre Wunschkunden finden.



2. **Kunde** kommt auf Ihre Webseite. **Es sieht Ihr Video** mit der klaren Botschaft sich bei Ihnen zu melden.

5. **Analyse** am Telefon. Bedarf und Budget abklären.

6. **Wenn Budget** vorhanden gibt es einen Termin. Online Termin.

7. **Offerte** mit Nachbesprechung.



8. **Ausführung - Abschluss**

3. Wenn sich Ihr Kunde nicht gleich angesprochen fühlt, weil der Zeitpunkt nicht passt. Kein Problem er bekommt die Anzeige mehrmals.



4. **Ihr Kunde** fragt online nach einem Beratungstermin an oder ruft direkt an.

# ZU BEGINN ALLES MAL AUSPROBIEREN

## Google ist ein Muss

- **Google und YouTube**

## FB, Insta, TikTok

- **FB und Insta**

## LinkedIn

- **LinkedIn**



# VIDEOBERATUNG





注意事項：  
1. 撮影時には必ずカメラの電源をONにし、レンズの蓋を開けてください。  
2. 撮影中はカメラの電源をOFFにしないでください。  
3. 撮影後は必ずカメラの電源をOFFにし、レンズの蓋を閉じてください。

Canon

Canon

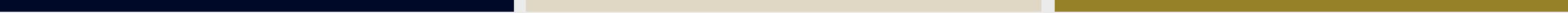


# **BUSINESS** EXCELLENCE COACHING



## **2 MÖGLICHKEITEN UM RICHTIG GAS ZU GEBEN**

- **Wir optimieren deine Webseite deinen Verkauf und dein Marketing.**
- **Wir zeigen dir wie alles funktioniert und du machst es selber.**



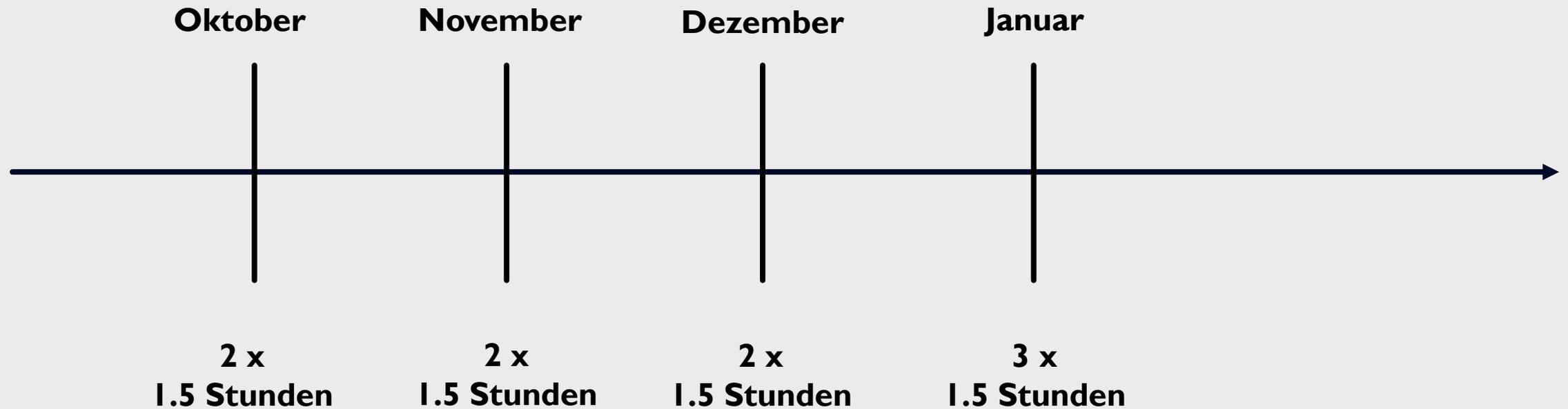
# **BUSINESS-EXCELLENCE**

**Business Excellence** ist ein kontinuierlicher Prozess auf dem Weg zu nachhaltigem Wachstum.



# **AUFBAU** - BUSINESS EXCELLENCE COACHING

# BUSINESS EXCELLENCE COACHING ÜBER 4 MONATE, 8 X



# VORBEREITUNG

**Du bekommst eine Online-Academy mit allen Unterlagen,  
Videos und Audios im Vorfeld**





## **BUSINESS EXCELLENCE COACHING**

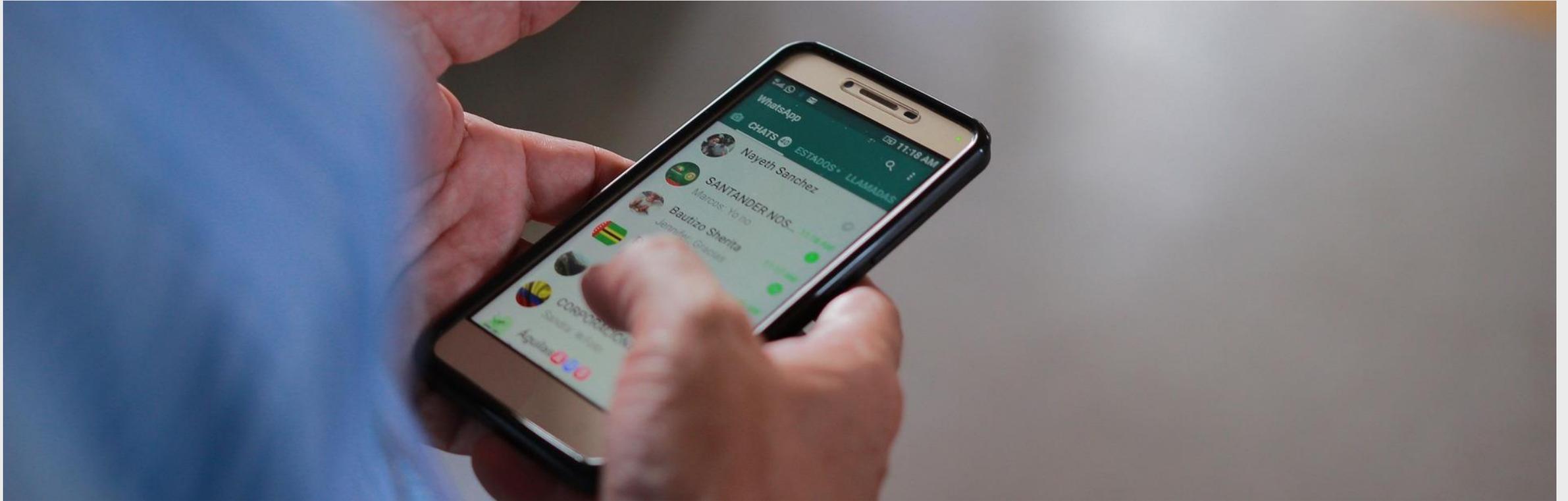
**Werden alle aufgezeichnet und dir zur Verfügung gestellt, damit du dir immer wieder alles ansehen kannst.**

---

# AUSTAUSCH

**Du kannst dich austauschen und Synergien nutzen.**





## WHATSAPP

WhatsApp Chat für Fragen rund ums Thema Verkauf, du bekommst innert kurzer Frist eine Antwort.



# THEMEN



**1. Positionierung – Mindset – Neukundengewinnung offline**



**2. Marketingstrategien – Neukundengewinnung online**



**3. Verkauf und Vertrieb**



**4. Angebots-Erstellung – Menschentypologie und die Nutzenargumentation**



**5. Fulfillment**



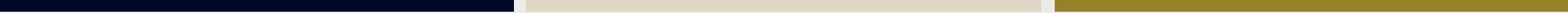
**6. Digitalisierung und digitaler Vertrieb**



**7. Customer – Journey | Kunden-Reise – wie kannst du deine Kunden am besten Begleiten**



# DEIN NUTZEN



# **BUSINESS EXCELLENCE**

**Das steigert deine Wettbewerbsfähigkeit, du hast höhere Umsätze, deine Kundenzufriedenheit wird besser und langfristig mehr Geschäftserfolg.**

---

## **GESPRÄCH VEREINBAREN**



## **MEHR INFOS**



97.- ONLINE-ACADEMY  
+ MWST 104.47.-

