



Von Friedrich Bettschart

# Projekte erfolgreich verkaufen!

Im Zentrum steht, was dem Kunden nützt

## TRAINING

Logische Prozessschritte, die immer den Kundennutzen ins Zentrum stellen, sind der Schlüssel zum Erfolg. In einem Vortrag vor dem Verein Schweizerischer Druckingenieure VSDI zeigte der Fachautor, Rhetorik- und Verkaufs-Trainer Rolf W. Nievergelt, wie mit seiner Methode der »Logischen Prozess-Ordnung« der Verkaufserfolg systematisch verbessert und damit das Auftragsbuch gefüllt werden kann.

Wer hätte sich das wohl getraut? Rolf W. Nievergelt tritt vor sein Publikum, schweigt und blickt in die Runde. Spannungsaufbau nennt man das. Dann stellt er als erstes eine Frage an das Publikum. Zu zweit soll man sich kurz darüber unterhalten, was einen am strategischen Projekt-Verkauf eigentlich interessiert. Er notiert – immer noch mehrheitlich schweigend – die Ergebnisse der kurzen Diskussion auf dem Flip Chart. Es geht ihm um die Zuhörerinnen und Zuhörer und darum, was sie von diesem Vortrag mit nach Hause nehmen sollen.

Strategisches Verkaufen ist für Rolf W. Nievergelt wie Schach spielen: weit vorausdenken und dann Zug um Zug spielen. Mit seiner Methode der »Logischen Prozess-Ordnung« (LPO) schafft er eine gemeinsame Sprache und Denkweise für alle Beteiligten des Unternehmens und ermöglicht so ein vernetztes Analysieren und ein erfolgreiches Steuern von Verkaufsprozessen.

Die in seinem Buch (ISBN 3-85436-341-9) dargestellte LPO ist ein »Denk-Werkzeug« und wird praxis-



Der Fachautor, Rhetorik- und Verkaufs-Trainer Rolf W. Nievergelt präsentierte beim VSDI den strategischen Projekt-Verkauf.

gerecht in sieben Schritten durchlaufen, wobei immer klar ist, wer wann was zu tun hat.

### An den Kundennutzen denken

Ergebnis eines Schrittes in der LPO ist immer der Kundennutzen, dargestellt durch das Kürzel »d.b.f.S.«: »Das bedeutet für Sie (als Kunde)«. Keine Aktion, ohne an den Kunden und seine Vorteile zu denken! Anhand konkreter Fallbeispiele wird der Verkäufer geführt. Checklisten,

Abbildungen und locker-einprägsame Tipps, die das Verkaufen in hart umkämpften Märkten für Investitionsgüter, Dienstleistungen und Projekte deutlich erleichtern.

Dass Rolf W. Nievergelt selbst aus der Druckindustrie kommt – er hat zwei Berufe gelernt und Druckingenieur studiert und später namhafte Projekte in der Computerindustrie realisiert – spürt man auf Schritt und Tritt: Viele seiner Beispiele kommen aus diesen Branchen. Er weiß, wovon er spricht.

Rolf W. Nievergelt ist ein ausgebuffter Verkaufsprofi und ein erfahrener Trainer. Keine trockenen Theorien, keine Konstrukte, sondern prägnante Tipps, funktionierende Praxis, eingekleidet in einprägsame Begriffe wie »Thermometer-Jobs« (die Temperatur beim Kunden spüren) oder »Gretchen-Fragen« (meint es der Kunde wirklich ernst?) sind seine Welt. Diese Welt wird sehr rasch auch für sein Publikum verständlich, logisch, nachvollziehbar. Und hilfreich für den eigenen Alltag.

› [www.vsd.org](http://www.vsd.org)



## Leserreise nach Mainz

Es soll Menschen geben, die sich für Reisen generell, für Weck, Woscht un' Woi (Brot, Wurst und Wein) speziell und für Typografie und Gutenberg samt Wirkungsstätte im Besonderen begeistern können.

Gehören Sie auch dazu? Dann hat Druckmarkt einen echten Leckerbissen für Sie!

Am 17. und 18. Februar 2006 startet die Leserreise ab Basel per Bahn nach Mainz. Auf dem Programm steht der Besuch des Gutenberg-Museums, eine Besichtigung des Verlags Hermann Schmidt samt Diskussionsrunden – und ein »echt Mainzer« Abend.

Den Termin bitte vormerken, ein detailliertes Programm folgt!