



## Top 10 Tipps für eine erfolgreiche Marketing-Präsentation

Als Vermarkter haben wir oft wichtige Informationen zu vermitteln, und unsere Rolle dabei ist eine bedeutende. Die meisten von uns sind nicht geschulte Verkäufer oder Präsentatoren; trotzdem gibt es einige Schritte, die jeder machen kann, um sicherzustellen, dass seine Mitteilung die bestmögliche Chance hat, gut aufgenommen zu werden. Hier sind meine Tipps:

- 1. KENNEN SIE IHR PUBLIKUM?** Nicht jedes Verkaufsgespräch funktioniert für jeden. Deshalb, bevor Sie die Produkte oder das Unternehmen präsentieren, ob es für nur eine Person oder für viele ist, betreiben Sie ein bisschen Forschung, um sicherzustellen, dass Sie auf dem geeigneten Niveau präsentieren. Wenn Ihr Vortrag zu leichtgewichtig ist, werden Sie die Zuhörer langweilen; zu tief, und Sie werden Verwirrung verbreiten. In beiden Fällen werden sie abschalten, und Ihre wichtige Botschaft wird auf taube Ohren stossen.
- 2. WIIFM (What's In It For Me – Was habe ich davon):** Ja, diese alte Kastanie, aber es ist es wert, es zu wiederholen, weil es so oft vergessen wird. An den ersten Tipp denkend, was sind die Herausforderungen dieser Person oder dieser Gruppe von Leuten, vor die Sie präsentieren? Wie löst Ihre Geschäftsangelegenheit oder Ihr Produkt ihre Probleme? Fokussieren Sie darauf, diese Fragen zu beantworten, statt einfach die Mechaniken Ihres Angebots vorzutragen. Ihr Publikum muss fühlen, dass Sie Ihren Vortrag besonders auf sie vorbereitet haben, auch wenn es im Grunde die gleiche ist, die Sie die ganze Zeit vorführen.
- 3. LERNEN UND ÜBEN SIE DAS PRÄSENTIEREN DAUERND:** Eine der wichtigsten Fähigkeiten, woran jeder Vermarkter arbeiten kann, ist das, ein fähiger Sprecher zu werden. Es beeinflusst so viele andere Gebiete Ihres Lebens und kann deshalb Ihr Selbstbewusstsein massiv erhöhen. Je professioneller Sie Ihre Botschaft liefern können, desto bereitwilliger wird sie empfangen; je mehr Menschen Sie berühren werden, desto mehr Geld werden Sie für Ihr Unternehmen verdienen. Lernen, wie Sie gut präsentieren können, ist eine Investition in sich selbst und kann Ihnen die grossartigste Rendite auf dem investierten Kapital auszahlen.
- 4. GEHEN SIE MIT ANDERSDENKENDEN GUT UM:** Eine der bedeutenden Ängste, die ich von Vermarktern zu hören bekomme, ist, mit Zweifel hegenden potentiellen Kunden konfrontiert zu sein, oder mit jenen, die sich mit Ihnen streiten über das, was Sie ihnen erzählen. Leider ist es die Tendenz, sich tiefer hinein zu graben und für die eigene Ecke zu kämpfen. Aber dies kann die Diskussion schnell zu einem Wortstreit führen und die Sympathien gegen Sie leiten, besonders, wenn Sie vor einer Gruppe einen Vortrag geben. Wenn Sie mit Negativität konfrontiert werden, beginnen Sie Ihre Antwort immer mit "Das ist eine sehr gute Frage ..." und setzen mit Ihrem Standpunkt fort. Wo möglich, drehen Sie die Sache um, so dass Ihr Publikum Recht hat.
- 5. ZEIGEN, NICHT ERZÄHLEN:** Zeigen Sie die Produkte, über die Sie reden. Lassen Sie die Teilnehmer sie fühlen, riechen und für sich selber schauen, statt nur zu hören, wie das Produkt ist. Wenn Sie einen Vortrag über den Geschäftsnutzen machen, erinnern Sie sich daran, dass Ihr Unternehmen wahrscheinlich eine Menge schon gemacht hat, um das Ganze für Sie leichter zu machen. Stellen Sie sicher, dass Sie die Verkaufsmaterialien erhalten, zeigen Sie die Bilder Ihrer grössten Abnehmer, reden Sie über diese Unternehmen, als ob sie Menschen seien.
- 6. LASSEN SIE IHRE RESERVE FALLEN:** Leute kaufen von jenen, die sie kennen, gern haben und denen sie vertrauen. Wie können Sie das machen, wenn Sie es nicht zulassen, dass



man Sie wirklich kennen lernen kann? Sie müssen nicht perfekt sein; Sie können über Ihre eigenen Herausforderungen, Ansichten, Familie, Hoffnungen und Träume reden. So erhalten Ihre Zuhörer mehr Gelegenheit, sich mit Ihnen zu identifizieren, damit Sie die Ähnlichkeiten benutzen können, um Vertrauen aufzubauen.

**7. GESCHICHTEN STATT TATSACHEN:** Wenn wir von unseren Produkten begeistert werden, vertiefen wir uns oft in die Merkmale der Produkte, wie und warum sie funktionieren. Dies ist alles sehr aufregend, aber es führt nicht zu einem sehr aufregenden Einstieg in Ihren Vortrag. Potentielle Kunden wollen von Ergebnissen hören. Sie wollen das Endresultat. Es gibt genügend Zeit, um später zum Detail zu kommen. Aber damit zu beginnen, könnte die meisten Ihrer Zuhörer in Schlaf versetzen (ausser den Professoren im Publikum, natürlich). Der beste Weg, zu illustrieren, was Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung machen kann, besteht im Erzählen von Geschichten. Benutzen Sie Ihre eigene Geschichte oder eine Fallstudie von jemandem, den Sie kennen. Benutzen Sie gefühlsbetonte Wörter. Erinnern Sie sich: nicht nur die Tatsachen, auch die Gefühle sind wichtig.

**8. BRINGEN SIE SIE ZUM LACHEN:** Wenn Leute lachen, fühlen sie sich entspannter und zugänglicher. Jede Situation hat eine humorvolle Seite, und wenn Sie eine tragische Geschichte erzählen, werden Ihre Zuhörer den Aufschub begrüßen, der mit einem Moment des Frohsinns kommt. Die goldene Regel ist, Leute zu bewegen: bringen Sie sie zum Lachen, bringen Sie sie zum Weinen; dann kaufen sie. Dies ist etwas, worauf ich in jedem Vortrag abziele, weil es bedeutet, dass ich mein Publikum gefühlsmäßig bewegt habe. Es ist mir bewusst, dass dies eine fortgeschrittene Technik ist, aber wenn Sie lernen, wie es zu machen ist, werden Sie Ihre Erfolgsrate exponentiell erhöhen.

**9. NICHT SAGEN - FRAGEN:** Statt Ihrem Publikum alles mitzuteilen, bringen Sie es dazu, Fragen zu beantworten. Statt zu sagen: „Wussten Sie, dass nur 1% von allen Leuten finanziell sorgenfrei in die Pension gehen?“ fragen Sie sie: „Wie viel Prozent, denken Sie, der Leute gehen finanziell sorgenfrei in die Pension?“. Dies erlaubt es, Ihr Publikum mit einzubinden, und wenn Sie Ihre Fragen korrekt formulieren, schulen Sie sie zur Kaufentscheidung hin, statt sie ins Kaufen schieben zu müssen. Dies nennen wir "Pull-selling", also Verkauf durch Anziehen.

**10. GEBEN SIE EINEN GRUND, SOFORT ZU HANDELN:** Wiederum, weil viele Vermarkter nicht gute Verkäufer sind, geben sie einen grossartigen Vortrag, aber vergessen nach dem Auftrag zu fragen. Die Motivation Ihrer potentiellen Kunden wird nie höher als in diesem Moment sein. Stellen Sie deshalb sicher, dass Sie dies zu Ihrem Vorteil benutzen. Denken Sie an Gründe, warum sie heute ihre Bestellung aufgeben sollten. Einige mögliche Gründe könnten sein: ein Sonder-Bonus, oder Preise werden demnächst erhöht, oder ein Liefertermin kommt demnächst, und so können sie ihre Güter früher bekommen als sonst, oder Sie geben selber eine Bestellung auf, und so können sie das Porto ersparen, oder Sie bieten einen Preisnachlass für Bestellungen, die heute gemacht werden, oder dass Sie jemand andern demnächst besuchen, der danach Ihr Verteiler werden könnte und mehr verlangen wird. Sagen Sie ihnen, welchen Vorteil eine sofortige Bestellung mit sich bringt, und sichern Sie so den Verkauf.