

**Headline:** **Professionelle Präsentationen, die auf Anrieb verkaufen**

*Verfasser: Lorenz A. Aries  
Geschäftsführer der optimAS AG für Verkaufsoptimierung*

**Einleitung** *Professionelle Präsentationen entscheiden heute und in der Zukunft über sein oder nicht sein. Wer sich der Wirkung der Präsentation und der dabei verwendeten Techniken bewusst ist, sucht heute bereits systematisch nach zugkräftigen Lösungen. Seit mehr als 15 Jahren realisiert Lorenz A. Aries Präsentationen im Multitmedia-Verbund bei seinen Kunden mit einer Realisierungsquote von über 80%.*

**Text:**

Der heutige Konsument achtet je länger je mehr auf die Verpackung. Besonders im Bereich von erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen spielt die Verpackung eine immer entscheidendere Rolle. Wie sieht heute eine Verpackung von Dienstleistungen aus?

Nun, der Auftritt des Produktes und seines Verkäufers sind die zentralen Grössen. Die Präsentation von „nicht fassbaren“ Leistungen - Leistungen also die im Beisein des potentiellen Kunden entwickelt und gestaltet werden müssen - ist das interessanteste Tummelfeld in der heutigen Verkaufswelt. Mit Basisleistungen eine individuelle Leistung - massgeschneidert auf die Kundenbedürfnisse - zu entwickeln ist das höchste aller Verkaufsgefühle.

Ein Verkäufer der seine Leistungen vor dem Kunden zu entwickeln hat, muss sich dabei folgende Überlegungen machen:

- Erfolgt die Präsentation vor einer einzelnen Person oder hat der Entscheidungsträger gerade noch die ganze Abteilung eingeladen?
- Stehen die entsprechenden AV-Mittel zur Verfügung oder muss vorab noch geklärt werden ob Hellraum-Projektor, Flip-Chart, Pin-Wand, White-Board vorhanden sind?
- Was wird erwartet von der Präsentation? Welche Wirkung soll sie erzeugen?  
z.B. Nur Informationsvermittlung, Auslösung von Motivation und Begeisterung für die präsentierte Leistung, Gewinnung von Vertrauen zur präsentierten Leistung.

Je nach Zielsetzung der Präsentation müssen die Elemente der Präsentation angepasst werden. Dabei sind folgende Grundsätze zu berücksichtigen:

1. Jede Präsentation muss auf die anwesenden Zielpersonen ausgerichtet sein. Wünsche und Vorstellungen sind vor der Präsentation zu klären und in der Präsentation zu integrieren.
2. Man starte nie ohne einer klaren Darlegung der Inhalte der Präsentation. Dies ist eine Binsenwahrheit, wird in vielen Fällen jedoch schlicht und einfach vergessen. Wie soll nun eine Disposition realisiert werden? Ganz einfach, mit der Aufzählung der Obertitel und der Hauptschwerpunkte der Präsentation. Zum Beispiel also:
  - Einführung in die Systematik
  - Darstellung von erfolgreichen Anwendungen
  - Umsetzung und Planung für die Praxis - 7 Schritte die zum Erfolg führen
  - Beispiele mit Erfolgen
  - Fragen zum Thema / Diskussion
  - Meilensteine zur Realisierung der geplanten Leistung
3. In einer Präsentation ist eine interessante Mischung von Theorie und Praxis zu erzielen. Nur wer sich umfassend abstützen kann und gleichzeitig Beispiele aus der Praxis mit der Theorie präsentieren kann, ist der Zone des Zweifels entronnen.
4. Um die Spannung während der Präsentation systematisch erhöhen zu können, sind
  - A) nicht alle Unterlagen pfannenfertig abzugeben und
  - B) die wichtigen Elemente vor dem Gremium direkt zu entwickeln.So entstehen Unterlagen die mit 50% der Informationen bestückt sind und die restlichen 50% - also der wichtigere Teil - direkt vor dem Gremium entwickelt wird.
5. Damit die Aufmerksamkeit bis zu Schluss der Präsentation hoch gehalten werden kann, hat die präsentierende Person auf die ausschliessliche Formulierung mit einer klaren Direktansprache und mit Nutzen zu achten. Wenn dieses Grundprinzip eingehalten wird, dann steht dem Erfolg der Präsentation von der Theorie her eigentlich nichts mehr im Wege.

### Die Präsentation der Nutzen in Form des Pencil-Sellings

In einer Präsentation vor einem Gremium - speziell im Büro / Sitzungszimmer etc. - kommt es auf die Präsentation der Nutzen für den Interessenten an. Wer seinem Interessenten in plausibler Form und Gestaltung die effektiven Nutzen klar, rasch und kompetent vermitteln kann erzielt bedeutend mehr Haltepunkte, als der Präsentator der permanent aus der Sicht seiner Unternehmung die Leistungen darstellt.

Wie wird es nun gemacht? Eigentlich ist das ganz einfach. Jeder Verkäufer ist heute in der Lage seine Leistungen nach den folgenden Kriterien zu präsentieren:

- Was nützt es dem Kunden?
- In greifbaren, erlebbaren und kontrollierbaren Formulierungen ausgetextet
- In Bezug auf die Faktoren
  - Zeit, Geld, Freude, Ärger, Gewinn und Erfolg sowie
  - Qualität, Garantie, Sicherheit, Komfort und Chancen
- Diese Formulierungen müssen in ganzen Sätzen, mit kontrollierbaren Aussagen und Erlebnissen gespickt sein.

Der Verkäufer / Präsentator der dies beherrscht, sichert sich seine Aufträge ohne grosse Zusatzkosten auf einfachste Art und Weise. Wenn der Präsentator fähig ist, in dieser Form der Kommunikation seine Leistungen darzustellen, dann ist es umso wichtiger, dass er auch in der Lage ist, diese Leistungen und Systeme zu visualisieren. Wer kongruent (deckungsgleich) formuliert und darstellt, gewinnt in kurzer Zeit an Kompetenz und Hochachtung in unbeschreibbarer Höhe.

((Kasten - Der guten Ordnung halber - seien hier die elementaren Grundsätze der Präsentation nochmals kurz erwähnt ))

- Folienschrift mindestens 10 - 14 mm
- Wenig Text pro Folie
- Folien nach Leistungskriterien gliedern
- Flip-Chart grosszügig beschriften mind. Schriftgrösse 4 cm
- PC-Präsentationen - Schritt für Schritt erläutern, Grundprinzip des Ablaufes erläutern, Schwachpunkte und Begrenzung aktiv darstellen. Sicherheit vermitteln in bezug auf die Betreuung und die Vorar Interventionen.

Wer sich in dieser Form systematisch vorbereitet wird mit einer geplanten Präsentation keine Überraschungen „erleiden“. Im Bereich der Visualisierungen sind folgende Tips aus der Praxis wertvoll. Setzen Sie einfache geometrische Figuren ein. - Quadrate, Würfel, Pyramiden, Rechtecke, Kreise, konzentrische Kreise, Balkendiagramme, Flussdiagramme, X-Y Achsen zur Darstellung von Break-even-Points, Lager-Umschlaghäufigkeiten und Zeit-Massnahmen-Planungen.

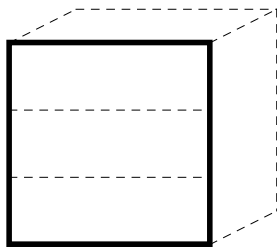
Wer mit diesen Instrumenten am Flip-Chart wie auch am Hellraum-Projektor professionell umgeht, steigert das Vertrauen seiner Interessenten um ein Mehrfaches. Wichtig ist dabei, dass die Visualisierungen authentisch und praxisrelevant sind. Wer sich nur in Worthülsen verstrickt, wird von den Entscheidungsträger sehr schnell als Scharlatan entlarvt.

((Kasten - Ideale Visualisierungen ))

**Formen**

**Bedeutung / Entwicklung**

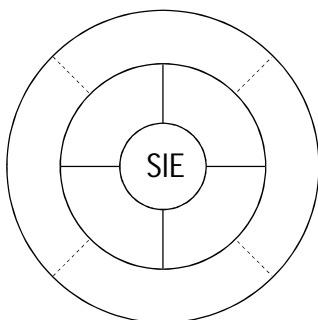
**Einsatzmöglichkeiten**



- Quadrat wird zum Würfel

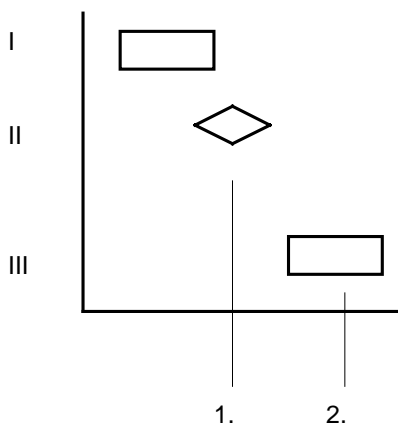
Darstellung von

- Produkt / Markt Matrixen
- Beziehungsebenen



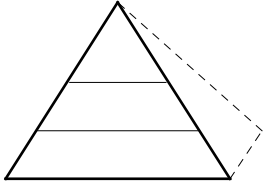
- Kreis
- konzentrische Kreise

- Werte-Systemen
- Produkt / Leistungs-konzepten
- Kunde im Zentrum



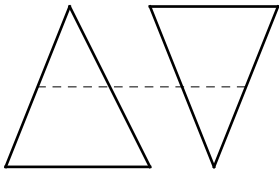
- Planungen
- Entwicklungen

- Entscheidungsprozessen



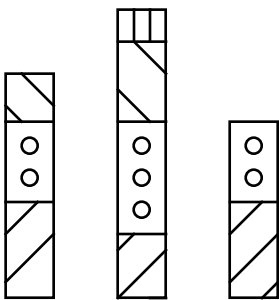
- Dreieck wird zur Pyramide oder Tetraeder

- Sortiments-Aufbau
- Mengen / Potential Darstellung
- Risiko und Mengen Darstellung



- Pareto-Prinzip

- 80 / 20er Regel
- Konzentration auf das Wesentliche



- Balken / Säulen

- Kalkulations-/Leistungsvergleiche
- Kalkulations-Aufbau